



La comunicación alternativa y los medios comunitarios en Nicaragua: la experiencia del colectivo Agentes de Cambio

Israel Hernández Ceballos y Armando Chaguaceda Noriega***

Resumen

La comunicación alternativa es un proceso desarrollado por medios comunitarios como vía para la reflexión y transformación de sus contextos sociales y territoriales. En ese sentido, la experiencia del colectivo/proyecto Agentes de Cambio, en la Nicaragua actual, es un ejemplo de los formatos, metas, tensiones y alcances inherentes a dichos fenómenos y procesos comunicacionales y sociales.

Palabras clave: Nicaragua, comunicación alternativa, medios comunitarios, Agentes de Cambio.

Recibido: Febrero 2013 • Aceptado: Abril 2013

* Sociólogo y comunicador. Universidad Veracruzana. isherce@gmail.com

** Político e historiador. Universidad Veracruzana. xarchano@gmail.com

Alternative Communication and Community Media in Nicaragua: Experience of the “Change Agents” Collective

Abstract

Alternative media is the process developed by community media as a means for reflecting on and transforming their social and territorial contexts. In this sense, the experience of the *Agentes de Cambio* (Change Agents) collective/project in Nicaragua today, is an example of the formats, goals, tensions and scope inherent in such phenomena and in communicational and social processes.

Key words: Nicaragua, alternative communication, community media, Agentes de Cambio.

Introducción

El estudio de las formas de comunicación alternativas y los medios comunitarios ha cobrado fuerza en los últimos años, ante la crisis de los formatos políticos y comunicacionales hegemónicos de las democracias realmente existentes. De tal suerte nuevos sujetos buscan organizarse y difundir su discurso al margen de los mecanismos estatales y mercantiles que convierten su voz e imagen en instrumentos del mando y el lucro. En relación con lo anterior y desde las coordenadas latinoamericanas, este trabajo aborda un caso particular de comunicación alternativa desarrollada a través de medios comunitarios por un colectivo de horizontes contrahegemónicos en tierras nicaragüenses. Para ello, se reúne información resultante de sendas estancias investigativas —realizadas en octubre de 2010 y agosto de 2011— en las cuales los autores conocieron de forma directa la experiencia del colectivo investigado. Con ayuda de una metodología cualitativa —observación participante, entrevistas, análisis bibliográfico, seguimiento de medios y redes sociales— se analizaron los principales procesos y formatos organizativos, discursos y objetivos del colectivo. Los testimonios que se presentan, responden a entrevistas con diferentes participantes del co-

lectivo Agentes de Cambio, así como a opiniones recogidas de actores locales que interactúan con el proyecto¹.

¿Medio alternativo o comunicación alternativa?: una indagación teórica

Una de las alternativas emergentes, dentro de la sociedad civil y la esfera pública contemporáneas (Arato y Cohen, 2000; Olvera, 1998; Dagnino y otros, 2006), como vía para confrontar la falta de espacios democráticos y los déficits de representación de la institucionalidad dominante, ha sido la conformación de nuevos medios alternativos o, como se les ha identificado más específicamente, de nuevos medios ciudadanos:

“En tanto término académico, ‘medios ciudadanos’ pertenece a una familia extensa de conceptos entre los que cabe incluir ‘medios comunitarios’, ‘medios alternativos’, ‘medios autónomos’, ‘medios participativos’ y ‘medios radicales’, entre otros. Hace poco, Benjamin Ferron enumeró los siguientes términos que se utilizan actualmente para nombrar las numerosas iniciativas de medios de comunicación alternativos: medios alternativos, radicales, ciudadanos, marginales, participativos, de contrainformación, paralelos, comunitarios, *underground*, populares, libres, disidentes, de resistencia, piratas, clandestinos, autónomos, jóvenes y *micro-medios*” (Rodríguez, 2010: 14).

Aquí cabe una aclaración, pues existe una distinción en la aplicación de la etiqueta alternativa. Los medios alternativos de comunicación son espacios que están (o buscan estar) fuera del alcance de los intereses y redes de la institucionalidad gubernamental o los actores económicos del mercado. Básicamente no requieren de financiamiento o apoyo gubernamental o comercial para llevar a cabo su labor comunicacional ya que, generalmente, el sostenimiento del espacio se basa en la autogestión y corre a cargo de los responsables de cada proyecto; lo cual también per-

1 Entre los primeros destacan los activistas Oralia Sobalvarro, Alfredo Ocampos, Yaser Morazán y Osiris Castro; mientras que en el segundo caso reunimos testimonios de participantes en actividades del colectivo, así como miembros de organizaciones afines como el Colectivo Venancia.

mite que sean estos mismos colectivos quienes puedan dictar la agenda que será tratada en dicho medio. Sin embargo, esto no significa que el tono y contenidos de su discurso sean siempre contrahegemónicos a los dominantes –sean gubernamentales o empresariales–, pues podríamos identificar que en ocasiones los medios alternativos se dedican a reproducir ciertas informaciones y visiones que tienen como fuente de origen los departamentos de comunicación social del Estado, o bien, de mensajes de corte eclesiales, empresariales, etcétera.

“[Así] el elemento que determina a los medios alternativos es que se encuentran inmersos en un lugar y enfrentándose a lo dominante, lo cual se verá reflejado en determinadas características relacionadas con la organización y estructura del medio, formas de gestión, relación entre los emisores y receptores, contenidos y financiación” (Ayala y Bello, 2007).

Lo anterior contrasta con el concepto de medios radicales (Downing, 2001) a partir de lo que podemos entender a la comunicación alternativa o, contrainformación, como la llama Natalia Vinelly (2008), la cual se encarga de la reproducción de un discurso de corte disidente, contrahegemónico, y que generalmente sólo es posible reproducir a través de medios de comunicación alternativa. Los medios alternativos, ciudadanos y radicales son espacios que resultan necesarios para la conformación de una ciudadanía más informada, plural y analítica. La existencia de los medios de comunicación alternativa es importante dentro de los regímenes políticos, tanto democráticos como autoritarios; toda vez que en los medios de comunicación convencionales se dedican a reproducir el discurso del gobierno y la lógica de sectores empresariales, difícilmente se someten a la rendición de cuentas y generalmente se adhieren a la multiplicación de los discursos hegemónicos.

Cabe hacer aquí una distinción sobre lo que entendemos por contrahegemónico. A tal noción, la concebimos como una distinción siempre contextual y relacional², según la cual existen ciertas luchas y actores

2 Así, por ejemplo, el actual régimen iraní puede ser calificado como contrahegemónico únicamente si se asume como tal la resistencia que (en una dimensión geopolítica) ofrece a la hegemonía del imperialismo estadounidense. Pero al interior de

que –por sus formatos organizativos, discursos y estrategias de lucha– adelantan nuevos modos democráticos, horizontales y participativos de relacionarse con las estructuras estatales y empresariales que hegemonizan los formatos de organización y control sociopolíticos en nuestra contemporaneidad. Las experiencias recientes del mundo –y más específicamente de América Latina– parecen demostrar la existencia de un sinfín de escenarios y tipos de luchas contrahegemónicas (contra regímenes y políticas neoliberales o contra progresismos estadocéntricos) donde los diversos movimientos y organizaciones sociales deben hacer valer sus demandas de expansión de derechos ciudadanos y proteger las formas autogestivas y autonómicas de su constitución y desarrollo.

Las redes de la sociedad civil involucradas en luchas contrahegemónicas, aprovechan estos medios alternativos, ciudadanos y radicales como un mecanismo de resistencia y difusión de sus demandas y visiones, dentro de las distintas posibilidades que ofrece la comunicación alternativa. El valor agregado de los medios alternativos creadores de comunicación alternativa radica en el hecho de que quienes le dan vida son actores sociales que están inmersos en regímenes de dominación, censura y manipulación, establecidos por los medios convencionales, donde el acceso y distribución de la información es ser altamente controlado y/o distorsionado.

Habiendo aclarado lo anterior, debemos precisar el nexo que existe entre estos dos objetos que ocupan la atención del presente trabajo: el medio y la comunicación. “Los medios se refieren a los instrumentos técnicos y físicos mediante los cuales las personas pueden expresarse, mientras que la comunicación aunque relacionada y dependiente de los procesos técnicos, no debe de ser vista como el equivalente de dichos procesos” (Hamilton, 2000: 367).

Si bien queda clara la noción de medio –identificable con el soporte material y tecnológico del acto comunicativo–, genera más debate el concepto de comunicación, que concebimos en términos amplios como

sus fronteras y sociedad, despliega diversos modos de represión y censura (contra mujeres, homosexuales, disidentes) típicamente dominadores, excluyentes, hegemónicos.

una forma creativa de relacionamiento entre sujetos y recreación del orden social. Desde esa perspectiva, debemos entender que los recursos –como los instrumentos técnicos y físicos, que utilizan los medios alternativos de comunicación– son casi los mismos que los utilizados por los medios convencionales³. La diferencia radica, entonces, en la producción del tipo de comunicación y el contenido discursivo que ofrecen y que se distingue, respecto de los medios convencionales, en los objetivos perseguidos, la integración con un sector particular de la sociedad –por lo general excluido o víctima de asimetrías–, así como los mecanismos horizontales y democráticos de acceso y participación en la producción y gestión comunicativas a las que otros ciudadanos puedan tener acceso. De tal suerte, podemos entender que la importancia raigal de los procesos que dan vida a la comunicación alternativa organizada, es que hacen posible una nueva dimensión de orden sociopolítico –construida desde abajo– al constituir relaciones y prácticas sociales que pueden conducir a la construcción de un tipo de relaciones sociales más equitativas y democráticas, no alienadas por los regímenes y medios dominantes.

Los medios alternativos comunitarios

Los medios alternativos comunitarios son aquellos canales de comunicación a los que accede un grupo determinado de ciudadanos que, por sus particularidades y afinidades, logran constituirse como una comunidad específica (Bauman, 2003), en cuyo marco producen un tipo de comunicación propia para la defensa y difusión de sus intereses particulares. Cabe aclarar que para los propósitos de este trabajo, el concepto comunitario no debe entenderse como sinónimo de espacialidad territorial, aun cuando ésta pueda tener fuertes nexos con la representación tradicional de lo comunitario. Aquí concebimos lo comunitario como una unidad de organización social y horizontal, que posee un proyecto común dedicado a lograr un cambio social, así como a mantener las condiciones de autonomía e identidad social, política, cultural.

3 Exceptuando a la televisión y radio abiertas, por cuanto éstas requieren de la autorización explícita para el uso del espectro radioeléctrico concedido por el Estado.

Kevin Howley (en Ayala y Bello, 2007) define a los medios comunitarios como “aquellas iniciativas populares y locales de acceder a los medios (radio, televisión, internet y prensa) bajo el principio de libertad de expresión, debido al descontento que las personas han desarrollado hacia los medios convencionales hegemónicos”. De esta forma, la comunicación brinda un mecanismo de solidaridad y promoción a las relaciones comunitarias, por el uso y apropiación de diferentes tecnologías de la información y la comunicación; ofrece además un sentido de autodeterminación a la comunidad, lo cual ya es un reflejo de empoderamiento, pues ellos son quienes han de producir y controlar el discurso.

Los medios comunitarios, por su propia naturaleza, representan una amplia gama de expresiones propias de la pluralidad y diversidad sociales, y aluden a una cualidad básica de lo común: algo que no siendo particularmente de ninguno pertenece y se extiende a todos.

“Un primer acercamiento a la definición está dada por la Unesco, que ha señalado... [que] es un medio de comunicación que da voz a los que no la tienen, que sirve como vocero de los marginados y es el corazón de la comunicación y de los procesos democráticos en las sociedades [...] son propiedad de una organización constituida sin fines de lucro, constituida por miembros de una comunidad y su programación se basa en el acceso y la participación comunitaria [...] refleja los intereses y necesidades especiales de los oyentes a los que se debe servir”. (AMARC, 2008: 137-138).

No son medios subordinados a las directrices estatales o empresariales –aunque puedan puntualmente establecer nexos y relaciones de colaboración con éstos–, no deben generar burocracias o empleomanías asalariadas; sus animadores combinan las dinámicas e identidades del activista y el profesional en un equilibrio siempre precario que debe favorecer al primero. Las dinámicas en su interior –que se reconocen por un conjunto de prácticas simbólicas– les confieren una identidad pues, “más allá de ser un medio para la expresión de ideas e información [...] también aporta elementos para el desarrollo sustentable de una comunidad” (AMARC, 2008: 135).

Los medios comunitarios, en su naturaleza y alcance, no pueden ser definidos principalmente en función de su estatus legal o de su capacidad de gestionar recursos y el alcance de sus transmisiones. Deben es-

tar encaminados a fortalecer y facilitar el ejercicio de la comunicación en una sociedad, transformando al sujeto receptor y volverlo participe de la comunicación y de lo que acontece en su comunidad. Por tanto, este espacio toma relevancia en la cotidianeidad de los sujetos que pertenecen a dicha comunidad y se puede elevar como una herramienta para la intervención social. Obviamente, en este universo –como en tantos ámbitos de lo social– la relación entre lo existente y lo normativo es compleja y contingente.

La virtud que muestran los medios alternativos comunitarios radica en su capacidad de hacer posible un empoderamiento a partir de la defensa de rasgos, fines y necesidades que les son muy particulares a la comunidad matriz. La comunicación surge de un proceso que involucra un código entendible para todos sus miembros, que a su vez fomenta el desarrollo y mantenimiento de las prácticas que les distinguen de las demás comunidades, volviéndose una zona de refugio ante la influencia de los medios hegemónicos convencionales. De tal suerte, bajo este enfoque de comunicación alternativa “se plantea un ‘cambio de actitudes’, pero no asociado a la adopción de nuevas tecnologías, ni al condicionamiento mecánico de conductas. El cambio fundamental aquí consiste en el paso de un hombre acrítico a un hombre crítico; en ese proceso de un hombre desde los condicionamientos que lo han hecho pasivo, conformista, fatalista, hasta la voluntad de asumir su destino humano; desde las tendencias individualistas y egoístas hasta la apertura de valores solidarios y comunitarios” (Kaplún, 1998:50).

Habiendo expuesto anterior las nociones básicas que definen el marco teórico de la investigación colaborativa que da origen a este artículo, pasaremos ahora a exponer las características del contexto y caso de estudio que nos ocupa.

Nicaragua: breve presentación contextual

Nicaragua es una nación centroamericana y caribeña, con una población de 5,142,098 habitantes en un territorio 130. 373 km² (Banco Central de Nicaragua, 2007; INEC, 2006), el cual se divide en 15 departamentos, 2 regiones autónomas y 153 municipios. Asimismo, de acuerdo con el índice GINI, Nicaragua se encuentra entre los países más pobres de América Latina (Banco Mundial, 2011). Constituye, en la histo-

ria regional, un caso paradigmático donde un movimiento social armado pone fin, en 1979, a cinco décadas de dominio de una dictadura de derecha de carácter familiar –los Somoza–, que luego se encarga de construir un régimen posrevolucionario (1979-1990), que incluyó la consolidación de una democracia representativa plural en un contexto de polarización y lucha armada y la aprobación, en 1987, de una Constitución innovadora –aun vigente–. Tras unas elecciones, en 1990, donde la oposición de derecha alcanza el poder, comienza un periodo de reconstrucción nacional marcada, principalmente, por una reforma monetaria y económica de corte neoliberal, la reducción del ejército y la desmovilización de la resistencia nicaragüense⁴.

Nicaragua es un país de ricas tradiciones de organización y movilización sociales, vinculadas a ciclos de modernización y conflicto estrechamente relacionados con el ejercicio o confrontación del poder estatal. Su Constitución política la define como una república democrática, participativa y representativa donde los ciudadanos tienen derecho a participar en igualdad de condiciones en los asuntos públicos y la gestión estatal y hacer peticiones, denuncias y críticas al Estado.⁵ La Ley de Leyes y su legislación complementaria establecen un marco formal por el cual, la ciudadanía organizada puede incidir en la arena pública mediante las organizaciones y movimientos de la sociedad civil, y a través de las políticas de participación desarrolladas por el Estado que propician diversas formas de inclusión de las organizaciones sociales (Chaguaceda y Stuart, 2011).

En este contexto, el desarrollo de los medios de comunicación alternativa puede entenderse a partir de la apertura en materia política que vive el país desde la década de los 90, época en la que los medios de co-

- 4 Para profundizar en este tema, puede consultarse también: Pérez, Andrés (2008) “Entre el estado Conquistador y el estado Nación. Providencialismo, pensamiento político y estructuras de poder en el desarrollo histórico de Nicaragua”, IHNCA UCA, Managua; Esgueva, Antonio (1999) “Conflictos y paz en la historia de Nicaragua”, Serie Taller de Historia, número 7, Instituto de Historia de Nicaragua y Centroamérica, Managua; Salvador Martí y David Close editores (2009) “Nicaragua y el FSLN (1979-2009) ¿Qué queda de la revolución?”, Ediciones Bellaterra, Barcelona.
- 5 Consulta en línea en: <http://www.asamblea.gob.ni/opciones/constituciones/ConstitucionPolitica.pdf>

municación experimentaron su propia transición, particularmente, la prensa, la radio y la televisión, donde se vio el surgimiento de medios líderes en el espacio mediático nacional. El periodo inmediato anterior a este década estuvo enmarcado por una polarización en el ámbito de los *mass media*, pero a partir de la elección de Violeta Chamorro en 1990, como oposición al Frente Sandinista de Liberación Nacional, se estableció una política de tolerancia como norma de Estado, lo que generó una “primavera de libertad de expresión” que catapultó el desarrollo de la prensa con una beligerancia inusitada (Montenegro, 2007: 25).

El rasgo dominante de la transición fue la consolidación de la autonomía de los medios líderes: La Prensa, El Nuevo Diario y Canal 2, frente a los partidos políticos y el Estado, los avances en la profesionalización de la prensa y la beligerancia de los medios en su labor fiscalizadora frente a los poderes del Estado. Este proceso se consolidó con las denuncias e investigaciones de corrupción pública durante el gobierno de Arnoldo Alemán (enero 1997 -enero 2001). A pesar de la hostilidad gubernamental hacia los medios y el pacto político entre el FSLN y el PLC que acentuó la partidización de todas las instituciones del Estado, la prensa se convirtió en la principal reserva de pluralismo, consciencia crítica y vitalidad de la sociedad civil. El rol fiscalizador de los medios en Nicaragua se incrementó durante el gobierno de Enrique Bolaños (enero 2002-enero 2007), puesto que la lucha contra la corrupción iniciada a pocos meses de su mandato desembocó en una profunda crisis institucional y política, que ubicó a los medios en la primera línea de defensa de la institucionalidad, en contra del pacto, la corrupción y el bipartidismo (Montenegro, 2007).

Sin embargo, desde inicios de este siglo, se produce una crisis de democraticidad que revela graves déficits del régimen político: cobran fuerza los casos de corrupción, caudillismo y pactos antidemocráticos entre los principales actores político-partidarios nacionales. Es en ese contexto en el cual se produce el retorno, en 2006, del Frente Sandinista de Liberación Nacional, y con ello, un cambio en las formas de gobierno para dar paso a un Estado con mayor intervención en todas las estructuras institucionales de gobierno, económicas y sociales. Con ello, el mayor control de los espacios mediáticos hace cerrar filas en torno (o contra) al nuevo régimen y algunos medios, particularmente los radiales y la prensa, son sometidos al acoso y/o control políticos.

En general, diversos analistas plantean que los medios en Nicaragua –con notables excepciones como la revista Envío y el semanario Confidencial– han sufrido una merma en el nivel de confianza que gozaban de parte de la opinión pública, lo cual se deriva, además, por el impacto de conflictos políticos nacionales, por los déficits de profesionalización y la estrechez del mercado doméstico. Todo lo cual los coloca en una condición vulnerable frente a la influencia de grupos económicos privados y del gobierno. Es en este contexto histórico y político que ubicamos el abordaje de un medio de comunicación alternativa identificado y producido desde la perspectiva contra hegemónica que encarnan los activistas reunidos en el colectivo Jóvenes Agentes de Cambio, agrupación que nace en la ciudad de Matagalpa y que representa un ejercicio y lucha destacables por su defensa de los derechos humanos.

El colectivo Jóvenes Agentes de Cambio y su proyecto de comunicación alternativa⁶

El proyecto Jóvenes Agentes de Cambio, agrupación establecida en Matagalpa, Nicaragua, destaca por su amplio activismo visible en el paisaje de aquella localidad, y utiliza tanto medios electrónicos y tradicionales como formas de incidencia convencionales (marchas, plantones, volanteo, foros, entre otras actividades) en el desarrollo de sus objetivos. Puede definirse tanto como un colectivo de activistas como con un espacio de reflexión identificado con temas como política, religión, derechos humanos, equidad de género, diversidad sexual, entre otros. Sus miembros se han propuesto transmitir ideas que puedan transformar la cultura que tradicionalmente se les ha enseñado, a la que identifican como “una cultura de violencia, una cultura de sumisión, una cultura negada a pensar y a no cuestionar”. Por ello, el proyecto se ha enfocado en conquistar espacios de comunicación diversos, con la intención de “alternativizarlos” y recuperarlos para los intereses propios de su comunidad. Al respecto, uno de sus fundadores ha señalado:

6 Los Jóvenes Agentes de Cambio, tienen una presencia en la web, a la que puede accederse en las siguientes direcciones electrónicas: Sitio Web oficial <http://www.agentesdecambiomanagua.blogspot.com>
Facebook: <http://www.facebook.com/profile.php?id=jovenes.a.decambio>

“También se debe definir como un sueño hecho realidad, porque se convirtió en la voz de las personas que queríamos espacios propios, y se ha convertido en el canal por el cual hemos podido participar, actuar, desafiar y retar a la sociedad, con ideas frescas en relación de lo que consideramos incorrecto o que hay que transformar, y lo que también consideramos que no nos gusta, que nos hace daño, que nos discrimina o que nos violenta” (Matagalpa, 18 de agosto de 2011).

Jóvenes Agentes de Cambio nace el 11 de septiembre de 2009, y tiene su antecedente en una red de hombres que funcionó entre 2006 y 2007 como grupo de autoayuda y el ejercicio de la masculinidad y la diversidad sexual—frente a la emergencia del feminismo y la sobreexplotación política del tema de género— el cual se llamó Grupo de Hombres por la Igualdad, la Diversidad y Unidad (GHIDU). Con esta experiencia como antecedente, a inicios de agosto de 2009 se reunieron dos “exiliados” de la extinta GHIDU —Yaser Morazán y Alfredo Ocampos—, que coincidían en el hecho de su orientación sexual y de haber sido separados de sus trabajos en medios de comunicación por opinar de forma contraria a las políticas de esos espacios, por lo que decidieron echar a funcionar un espacio en donde nadie pudiera censurarlos o limitar a lo que tienen que decir. De esta forma, y a partir de sus experiencias, convocaron a la sociedad civil, a los medios locales y nacionales a la presentación de un proyecto, lo que les garantizó, desde el inicio, estar conectados y debatiendo con diversos actores e imaginarios de la sociedad nicaragüense.

Agentes de Cambio resultó desde su inicio un espacio atractivo a quienes no tenían foros y recursos para manifestar y defender su derecho a elegir su sexualidad:

“Por ejemplo yo integraba parte de una organización que se llama Comisión Permanente de Derechos Humanos, en la que también se reproducen muchos patrones de jerarquía, respecto de la forma en las que se transmiten las ideas y allí, había también, una represión a tu creatividad, siempre eran como los grandes dirigentes limitando lo que yo pensaba... cada uno se fortalece de lo hacen otros compañeros y compañeras, en Agentes de Cambio lo vi así, como el espacio donde yo podía llevar a cabo el transformar la idea en las relaciones dentro de las mismas organizaciones, para crecer y aprender, decimos pues, que el intento es día a día y la lucha es romper

este molde con que nos han formado” (Matagalpa, 18 de agosto de 2011).

En su concepción, Agentes de Cambio es un espacio democrático, horizontal en sus relaciones y jerarquías, donde se promueve la igualdad, pues su punto de partida es el saber que ellos son parte de algo más grande –la sociedad– y que en la medida en la que promuevan nuevas formas de convivencia desde su organización, podrán extrapolarlas hacia ámbitos de socialización más amplios. Es el ejercicio dado en la confluencia y choque de ideas un mecanismo que les indica cómo han de organizarse y trazarse sus horizontes. Cómo no posee estructuras formales permanentes, el consenso logrado en la propuesta de las distintas agendas les ha permitido participar, en menor o mayor amplitud, con un activismo que es reconocido por la comunidad matagalpina y que ha sido una herramienta para poder negociar su inserción en la cotidianeidad al interior de sus propias familias, en sus escuelas, en la iglesia, y otras instituciones, en las que se desenvuelven en el día a día.

La idea de construir una estructura es algo que no les llama la atención, pues la mayoría de sus integrantes no se identifica con ese modelo normado de la sociedad de lo que un líder debe ser, con sus atributos físicos y racionales. Lejos de eso, han sido víctimas de violencia y censura hacia su condición de ser diferentes en sus preferencias sexuales, lo cual ya es un estigma que les impide desarrollar su potencial en otras áreas, tanto personales como laborales. Es por ello que su proyecto se orienta a consolidar un espacio que les permita exponer sus ideas –que les han sido censuradas– sin ignorar que, al igual que ellos exponen sus visiones del mundo, otros actores e instituciones tienen otras opiniones. En ese sentido, los animadores del proyecto insisten en que todas las opiniones no lesivas de la integridad ajena deben entrar a un espacio donde puedan debatir y discutirse, en pro de alcanzar un consenso que permita una convivencia sana.

La democracia la asumen como un derecho y una responsabilidad a ejercer todo el tiempo, y en ese ejercicio de coherencia han instrumentado diversos debates de lo que deben ser la participación y lo político, rechazando reducirlos a asuntos propios de la partidocracia y los procesos electorales. Otro eje importante está apuntando a construir un puente diferente hacia la apropiación de los derechos humanos, pensados más allá de una mera entidad abstracta y jurídica que no logra “bajar a la socie-

dad”. Por ello, un tema perenne en sus discusiones es el cotidianeizar el reconocimiento, ejercicio y defensa de los derechos humanos, acercarlos a la sociedad, hasta que se logre que la imaginación social pueda incluirlos para lograr mejores relaciones de convivencia.

En ese sentido, el grupo ha tenido la intencionalidad de acercarse a grupos vulnerables o excluidos, acompañando la reflexión de que la violencia –simbólica, material o física–, no es una condición normal, como no es normal el negar el sentido a la palabra. El insertar su presencia en algunos medios de comunicación ha sido un factor fundamental, al acotar la influencia cuasi monopólica de los discursos de empresas, instituciones e iglesias que según opinan: “Se han encargado de la reproducción de una cultura de violencia y de control extremo, en aras de la homogeneización de la sociedad para asegurar la permanencia del sistema”. El papel de Agentes de Cambio ha sido alternativizar ese discurso dentro de los mismos medios y transgredir esa lógica dominante y conservadora: “Una frase de una amiga dice que nosotros debemos ser replicadores de esperanzas, y de esta forma es como me gustaría definir lo que es Agentes de Cambio” (Matagalpa, 18 de agosto de 2011).

Para entender el alcance y las tensiones del proyecto Jóvenes Agentes por el Cambio, se debe conocer una historia que definió lo que la organización podría ser y hacer, si persistían en su apuesta por no constituir una estructura jerárquica y permanente de administración y funcionamiento como dicta la lógica de las organizaciones neoliberales. Apenas a un mes de su lanzamiento público en 2009, Benita Cabrera –representante en Nicaragua de una agencia de cooperación sueca que organiza el *Forum City*– organizó un encuentro centroamericano de diversidad sexual y tras la campaña en medios los invitó a participar. En ese espacio, aun cuando sólo eran cuatro personas quienes representaban al proyecto de los Agentes, pudieron fortalecer alianzas con otros colectivos. Posterior al evento, Benita Cabrera les hizo una donación de 2 mil dólares para comenzar sus trabajos, dinero que sirvió para afiliar a 70 hombres y 90 mujeres, además de los 200 afiliados en la inauguración, hacer un festival artístico, una exposición fotográfica, editar videos y hasta pagar a un grupo musical para grabar una canción hecha por ellos mismos y que ahora es el tema oficial de los Agentes.

Posteriormente, y aun con recursos, pensaron que podían constituirse como una asociación civil, pero cuando hicieron el llamado a sus

afiliados, se dieron cuenta que eran los mismos cuatro los que coordinaban todas las actividades y que no necesitaban una estructura formal:

“Entonces dijimos, a la mierda, esto no puede funcionar así porque la gente está cansada de los mismos espacios, y al ver que nosotros les hacemos invitación para lo mismo que no les gusta, reflexionamos y decidimos que no íbamos a hacer lo mismo. Decidimos descartar de pie a cabeza el hecho de que hubiera una organización, una dirección, un presidente, una directiva y en cambio, decidimos que hubiera gente con ideas, y a partir de allí no te puedo decir cuántos habremos, sólo que existimos” (Matagalpa, 18 de Agosto de 2011).

Eso que les permitió reflexionar y caer en cuenta de que la propuesta no podía reproducir la lógica de un sinfín de organizaciones existentes y, que de alguna, manera estaban alejadas de la gente. Por ello descartaron una forma estructurada de organización civil con personería jurídica, y se dedicaron entonces a formular tareas y prácticas que pudieran incidir en la sociedad para que ésta, en la medida en la que se viera reflejada, pudiera participar voluntaria y solidariamente.

Para la convocatoria a sus actividades, los Agentes publican la información en su perfil de Facebook, envían correos electrónicos o mensajes de texto *sms*, y acuden a formas más tradicionales como el volanteo y la difusión en algunos medios convencionales, tales como la radio abierta y televisión por cable de alcance regional. La participación regular asegurada en la mayoría de sus actividades es de al menos 15 integrantes, pero en ocasiones, en las grandes reuniones de organización, se han congregado poco más de 40 miembros. Sin embargo, la participación a las actividades puede llegar a aglutinar a muchos más, por ejemplo, la convocatoria a marchas y plantones ha convocado entre 300 y 500 personas, y otras actividades como el cine-foro, generalmente cuenta con un público que va de las 15 a las 30 personas.

El trabajo en medios de comunicación ha sido el pilar del proyecto, situación que responde al perfil profesional de sus fundadores, quienes tenían experiencia de trabajo en este ámbito. Jóvenes Agentes de Cambio apostó a ocupar los medios de comunicación como bandera, pues son estos espacios los que más habían lesionado su condición social y ellos conocían de las capacidades e impacto que podrían producir en la gente. Su inserción con la radio se dio de manera

muy afortunada, pues coincidió que cuando Agentes de Cambio hizo su presentación formal, una empresaria de radio en Matagalpa vio la oportunidad de innovar y les ofreció un espacio en la emisora Radio Kiss 92.9 FM; sin embargo, las condiciones que les impuso no eran congruentes con los ideales del proyecto. No obstante, ellos, en las negociaciones siguientes, ofrecieron un contrato donde asumían la autoría y responsabilidad por todo el contenido del programa, a cambio de conseguir cierta cantidad de publicidad mensual:

“Yo era un ser humano común, un comunicador que había trabajado en radio y soñaba con llegar a esta radio, te cuento, es como el *top-ten* de la radio, y esta radio era en la que yo quería estar. En el contrato yo le puse que Jóvenes Agentes de Cambio se hacían dueños y responsables de todas las ideas y palabras que se iban a transmitir, que no podía haber censura por ninguna razón de parte de la radio y que, encima, si quería cancelar el programa, tenía que notificarlo con un tiempo determinado previo, aún cuando era una donación que ella nos hacía a cambio de una cierta cantidad publicitaria que ella necesitaba” (Matagalpa, 19 de Agosto de 2011).

Aun así, el proceso de incorporación del proyecto y la definición de un nuevo discurso estuvo cargado de mucha presión por parte de la empresaria, pero pronto se dio cuenta de que este espacio estaba posicionando a la estación, pues había tenido muy buena recepción. El proyecto resultó ser, según uno de sus promotores “muy liberal...allí se hablaba desde masturbación hasta la canonización papal, de la intervención en África del Norte a la situación económica que está viviendo Estados Unidos” (Matagalpa, 19 de Agosto de 2011), asimismo, este espacio logró articular entrevistas con personalidades líderes de opinión –nacionales e internacionales–, cosa que no había sucedido antes en la historia de la emisora. Las temáticas abordadas han abarcado la adolescencia, la educación sexual –que va desde conocer el cuerpo hasta enfermedades de transmisión sexual–, las relaciones y formas de convivencia, los embarazos no deseados, la diversidad sexual y los derechos humanos. También han tenido acompañamiento a campañas y movimientos sociales, como la *Slum-Walk* (Marcha de las Putas en 2011) o la despenalización del aborto.

Aprovechando el impulso que les dio la radio⁷, pronto surgió la idea de llegar a la televisión con el mismo formato. Para ello, acudieron a un canal de televisión local que emite a través del sistema de cable (Notimat)⁸, el cual se negó en un principio, pero, dado que la comunidad de Matagalpa es muy pequeña, y ellos ya habían negociado con los patrocinadores de la radio—que eran en su mayoría los mismos que se publicitan en televisión—lograron presionar al dueño del canal hasta que accedió a darles una hora a la semana:

“Nos dijo ‘para ustedes no tengo espacio’, y nosotros utilizando nuestras influencias le dijimos no, porque queríamos estar ahí, porque es un canal interno local y es el que más se ve, pues. Nosotros dijimos vamos a hacerle *huevo*, íbamos a estar ahí, y le dijimos a algunas gentes que le pagaban 500 dólares mensuales de publicidad, que eran amigos y aliados nuestros, que le quitaran sus paquetes publicitarios si él no accedía a negociar con nosotros, fue como a *huevo*, y le dijimos que a él no le convenía y al final, entre regañadientes, nos terminó vendiendo el espacio y allí estamos y podemos decir todo lo que queramos, pene, vagina o iglesia, y mira, el canal es muy católico y nosotros pasamos las imágenes de cuando tomamos la Iglesia y todo el canal estaba en estado de shock, imagínate es como si a tu casa llegara un ladrón y te presentara imágenes o fotos de lo que se robó” (Matagalpa, 19 de agosto de 2011).

Los miembros del colectivo comprenden que los medios de comunicación son un poder, mismo que había sido enajenado a grupos “como los otros, los excluidos y reprimidos, claro, mujeres, personas de la diversidad sexual y jóvenes” (Matagalpa, 18 de agosto de 2011). Con esto en la mira, lograron acceder a ellos gracias a sus redes personales y alianzas con algunos sectores del comercio local y los han aprovechado para poder posicionar un discurso disidente, radical y, en muchas ocasiones, “contrarios a las buenas costumbres”. Sin embargo, la autonomía con

7 Radio Kiss en el 92.9 de FM, los domingos de 19 a 20 horas, con cobertura a los departamentos de Matagalpa y Jinotega

8 La transmisión de televisión se realiza los viernes de 15 a 16 horas por el canal 48 del sistema de cable nicaragüense.

que se conducen les ha permitido también posicionarse de otra manera en la conciencia de la comunidad, pues están reinterpretao los papeles y roles en los que generalmente se encasilla a los jóvenes, como en los deportes o conduciendo programas de música, y mostrarse como gente que es sensible a la realidad, en temas de política, de cultura, de economía a partir de hacer una revisión muy local de cómo se conducen las prácticas sociales:

“No necesariamente tienes que ser un politólogo o tener maestría para hablar desde la cotidianidad, el diario vivir, pues ya tienes una experiencia que te hace valioso para que la pueda rescatar. Por eso decimos, alternativizar estos espacios de los medios de comunicación, porque también este tema de la libertad de expresión también tiene que ser cuestionado... Por eso, retomar de nosotros como grupo excluido la idea de transmitir lo que pensamos con autoridad en el poder de la palabra, es hacer más equitativo el espacio, porque nadie es dueño de las ondas de radio o nadie es dueño de los espacios pero aún así hemos encontrado limitantes también” (Matagalpa, 18 de agosto de 2011).

Por otro lado, el acompañamiento desde estos medios les ha permitido articular campañas y otras actividades de apoyo a otras organizaciones locales, como Grupo Venancia o la Red de Mujeres de Matagalpa, organizaciones formales de la sociedad civil que organizan foros o encuentros, que pueden proponer temas en la agenda de gobierno y en quienes han encontrado buenos aliados. Además, han incorporado un espacio virtual de blog para acompañar sus comunicados –junto al antes establecido en Facebook– espacio que por su formato, les permite ir subiendo al medio digital los programas de radio, videos, los artículos y análisis de los temas que han tratado o difundir las actividades en que han participado.

El trabajo y diseño de los trabajos, tanto de activismo como de radio y televisión han requerido de la labor de muchos integrantes, de su participación para innovar y poder impactar en el público. Por ejemplo, en la producción de radio les ha funcionado poner canciones que correspondan temáticamente con el contenido a tratar durante la transmisión, buscar o hacer efectos musicales y, algo que ha servido para ilustrar sus argumentos es realizar radio-dramas, entendidos como pequeñas cápsulas con mensajes concretos sobre el tema que se va a abordar. En televisión el proceso ha requerido mayor esfuerzo, pues se establece un con-

tacto visual con el público, “allí vez y escuchas y sientes a ese ser humano que está del otro lado, nervioso o alegre” (Matagalpa, 19 de agosto de 2011). Para acompañar la producción televisiva buscan elementos gráficos y videos, en algunas ocasiones de contenido fuerte como peleas durante las marchas o personas que han sido golpeadas por su condición de vulnerabilidad o por ser “diferentes”. Una anécdota que puede ayudarnos a tomar dimensión del impacto social, es una entrevista al padre de dos chicas que fueron abusadas sexualmente y asesinadas, en una comunidad lejana a la cabecera municipal, un tema que estaba fuera del interés de las autoridades y había quedado en el olvido en la memoria de la sociedad. Un caso que sólo había sido acompañado por la Red de Mujeres de Matagalpa y los Agentes.

El fin declarado por el colectivo Agentes de Cambio es dignificar al ser humano “alternativo”, dignificar al ser humano heterosexual o con otras preferencias y cambiar esa imagen negativa; a la mujer rural que es tomada sólo como objeto sexual, o la mujer urbana que es adorno de la casa, rompiendo ese imaginario de que ser diferente sea sinónimo de vergüenza, o revalorizar el papel de las juventudes en sus inquietudes frente a temas políticos, como las campañas. Estos son algunos de los ideales que guían el actuar de los integrantes del proyecto, un trabajo dedicado a dignificar el hecho de ser seres humanos sujetos de derechos políticos y morales, basados en nuevas formas de convivencia que se caracterizan por el respeto, y el derecho a tener una identidad jurídica, moral y social:

“Es saber cómo identificar ese camino que antes la gente no teníamos, y ahora tenemos. Cómo saber que ante un medio de comunicación yo puedo ir y pararme como un ser humano, tal cual soy, heterosexual, indígena, urbano o rural, quien sea, y decir soy yo, tengo algo que decir y quiero que me escuchen, porque es mi derecho que me escuchen. Entonces, eso es esa creencia de poder querer y transformar la vida con un ideal, que es más adecuado a la integralidad de los derechos humanos, que al final se convierte en una utopía, pero que esa utopía te ayuda a caminar poquito a poquito y te hace sentir mejor” (Matagalpa, 19 de Agosto de 2011).

Con el tiempo el proyecto ha creado vínculos con otras experiencias afines que dan cuenta del impacto logrado con sus campañas en la sociedad. Su área de influencia ha traspasado al municipio y su departamento (Matagalpa) y ahora tienen un público que también participa en

sus actividades en el departamento contiguo (Jinotega), además, han sido convocado e invitados por otras organizaciones desde la capital, Managua. De igual manera, la red que han extendido por internet les ha hecho encontrar pares en otros países de Centroamérica, como Costa Rica, El Salvador, Guatemala, también en México, Estados Unidos, Venezuela, Ecuador y en Alemania:

“Ahorita tuvimos una experiencia desde Ecuador que nos llamaron del foro mundial y nos mandaron una plantilla para llenar y según esta gente de Ecuador, estaban recogiendo las experiencias de activismo voluntario en América Latina más importante de cada país, y dijeron que nos habían seleccionado para llenar la plantilla... y me quedé pensando ‘¿y estos tipos como saben de nosotros?’ y es porque hay una referencia de que mi amigo de México le dijo a mi amigo de Ecuador, que le dijo mi amigo de Argentina que le dijo a lo otro y al otro y así pues, entonces, de pronto te das cuenta que cuando alguien dice yo me siento identificado con lo que dice ese loco, ya soy un agente de cambio” (Matagalpa, 18 de Agosto de 2011).

A través de la página en Facebook se pueden apreciar algunos testimonios como “chicos, ustedes son de *acachimba* porque pueden dar la cara y yo no lo puedo hacer”. [Matagalpa, 19 de Agosto de 2011] Esto nos permite apreciar que se han posicionado como representantes de aspiraciones y necesidades de un sector de la sociedad que no ha encontrado los medios para rebelarse ante su propia realidad; como gente que mantiene una lucha por romper con prejuicios mostrando los rostros y voces de quienes son afectados, de expresar sus vivencias y de replantear lo que la tolerancia debe ser para convivir mejor como sociedad:

“La semana pasada estuvimos en Jinotega, a dos horas de Matagalpa, y éste tiene un municipio que se llama Pantasma a dos horas más, y Pantasma tiene comunidades a otras tantas horas, allá hay un chico que se llama Jordi, un chico campesino de 18 años, que obviamente es homosexual y escucha por primera vez un programa en donde alguien más dice “yo soy homosexual y qué”, por accidente él iba pasando y escuchó eso en la radio y le gustó todo al programa, y Jordi después de ese día que nos escuchó a Agentes de Cambio Radio, se hizo fan y empezó a escucharnos, y un día de tantos se dio cuenta

que nosotros íbamos a Jinotega, y él vino desde una comunidad a dos o tres horas de Jinotega sólo para vernos, para estar unos minutos con nosotros y ver quiénes eran los rostros de quienes hablaban tan lindo de lo que él consideraba antes sucio o anormal, y entonces fue emocionante, por suerte para nosotros, porque el chaval tiene que salir de su casa con un teléfono y audífonos y caminar casi una hora para poder encontrar la señal de la radio en la noche, y eso nadie lo paga, definitivamente” (Matagalpa, 19 de Agosto de 2011).

El encontrar otras alternativas de consumo de medios resulta escaso y al mismo tiempo le da cierta prestigio por su innovación, máxime dentro del espacio radial o televisivo “normal” de Nicaragua, donde las condiciones políticas que existen actualmente –con un régimen de “izquierda” que ha copado con su ideología los medios de comunicación– han favorecido la reproducción de ciertas estructuras de orden y control que legitiman y homogenizan las ideologías y el mercado económico y cultural. De allí es que podemos ver que la oferta que producen los medios tradicionales son una barra de noticias que tiene preferencia por la nota roja, o la línea del espectáculo con una barra de telenovelas o *reality-shows*.

La incursión en temas políticos dentro de la agenda de los Jóvenes Agentes de Cambio ha mostrado que no tienen una filiación política o partidaria sesgada, pues lo que han recogido es, a partir de su experiencia, desarrollar críticas y posicionamientos que les pueden calificar favorablemente a algunos actores o partidos políticos, en un momento, o desfavorable en algún otro, sean el sandinismo, los liberales y los grupos conservadores. Pese a los costos y repercusiones de esas posturas –en lo personal y en lo público– los Agentes han sabido asumir la responsabilidad de estar en una revolución contra el reduccionismo binario y dogmático de ideas y de prácticas, que opacan la riqueza de la diversidad social. Diversidad que es la motivación a continuar su lucha por cambiar la forma en la que son utilizados los medios de comunicación y encapsulada la riqueza de la sociedad.

De esta guisa, el ejercicio del colectivo no se encuentra en un corifeo constante: sus prácticas muestran las incoherencias que implica la concreción de ideales que no son entendidos de igual manera entre los pares que se sustentan. La gestión del colectivo, pese a la horizontalidad invocada por el grupo, queda reducida a un equipo de personas mínimo

que ha desarrollado las capacidades de representación y personería para las negociaciones respecto de otras instancias –instituciones gubernamentales, ONG locales e internacionales–, y la planificación de las actividades que han de desarrollar, lo cual ha implicado serios déficits organizativos a la vez que problemas de convocatoria para llevar a cabo sus cometidos. Algunos entrevistados –miembros de ONG amigas y expertos de la cooperación internacional– señalan como déficits las dificultades de gestar y transferir recursos desde y hacia los Agentes, dados sus problemas de formalización, organización y reticencias a constituirse como asociación civil. Asimismo, el compromiso de quienes se han convertido parte del colectivo se ve reducido a satisfacer algunos requerimientos particulares y, por tanto, ello lleva a limitar la reproducción ampliada del proyecto y una mayor inclusión de demandas, identidades y miembros específicos.

Conclusión

La descripción del desempeño de Jóvenes Agentes de Cambio mostrada aquí no debe, por tanto, ser entendida como una apología, pues si bien se han destacado algunas formas en que se han sorteado las vicisitudes, también la curva de aprendizaje ha acarreado un alto costo para ellos al evidenciar socialmente sus preferencias sexuales, sus inquietudes sociales, sus requerimientos materiales, conflictos con miembros de las jerarquías eclesiales, políticas y empresariales. No obstante, el ejercicio mostrado de conseguir, extender y defender los derechos que como ciudadanos deben ser partícipes, a partir del uso de los medios alternativos y más, en la concreción metódica de un medio de comunicación alternativo, reúne las características necesarias para visibilizar su experiencia como un caso interesante de creación, producción y apropiación de ideas e informaciones de un medio comunitario.

Referencias bibliográficas

- AMARC (2008). Bases para una Política Pública en materia de Libertad de Expresión y Medios Comunitarios, Asociación Mundial de Radios Comunitarias y la Delegación de la Unión Europea en México, México.
- Arato, A. y Cohen Jean (2000). **Sociedad civil y teoría política**. Fondo de Cultura Económica, México.

- Ayala Avilés, Romina Valeria y Bello López, Daniela (2007). **Documentación de la experiencia de ocho colectivos de medios alternativos en México**. Ciencias de la comunicación, Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, Universidad de las Américas Puebla, Puebla.
- Banco Central de Nicaragua (2007). **Nicaragua en cifras**, BCN, Managua.
- Banco Mundial (2011). **Indicadores del desarrollo mundial**. Nicaragua. Disponible en <http://datos.bancomundial.org/pais/nicaragua> [consultado en marzo de 2012].
- Bauman, Zigmunt (2003). **Comunidad: en busca de seguridad en un mundo hostil**, Siglo XIX, Madrid.
- Chaguaceda, Armando y Stuart, Roberto (2011). “¿Democracia participativa en Nicaragua? Los consejos de poder ciudadano y el gobierno del FSLN (2006-2011)”, en **Revista Centroamericana de Ciencias Sociales**, Núm. 2, Vol. VIII, Diciembre, FLACSO-Costa Rica, San José. Pp. 5-22.
- Dagnino, Evelina; Olvera, Alberto y Panfichi, (Coords) (2006). **La disputa por la construcción democrática en América Latina**. Fondo de Cultura Económica-CIESAS-Universidad Veracruzana, México.
- Downing, John (2001). **Radical media: Rebellious communication and social movements**, Sage Publications Ltd, London.
- Esgueva, Antonio (1999) **Conflictos y paz en la historia de Nicaragua**, Serie Taller de Historia, número 7, Instituto de Historia de Nicaragua y Centroamérica, Managua.
- Hamilton, James (2000). “Alternative media: conceptual difficulties, critical possibilities”, en **Journal of communication Inquiry**, October 2000 24: 357-378, Sage Publications, Inc. [<http://jci.sagepub.com/content/24/4/357.full.pdf+html>]
- INEC (2006). **Censo 2005. VIII Censo de Población y IV Censo de Vivienda**, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Gobierno de Nicaragua, Managua.
- Kaplún, Mario (1998). **Una pedagogía de la comunicación**. Ediciones de la Torre, Madrid.
- Martí, Salvador y Close, David –editores– (2009) **Nicaragua y el FSLN (1979-2009). ¿Qué queda de la revolución?**, Ediciones Bellaterra, Barcelona.
- Montenegro, Sofía (2007). **Los medios de comunicación como actores políticos en Nicaragua: los periodistas, los medios y el poder**. Centro de Investigaciones de la Comunicación (CINCO), Managua.

- Olvera, Alberto J. (1999). “Apuntes sobre la esfera pública como concepto sociológico” en Olvera, Alberto (comp.) **La sociedad civil. De la teoría a la realidad**. COLMEX, México.
- Rodríguez, Clemencia (2010). **De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término**, Folios 21 y 22, 2009, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquía, Medellín.
- Vinely, Natalia y Rodríguez Esperón, Carlos (2008). **Contrainformación. Medios alternativos para la acción política**, Continente, Buenos Aires.