



Periodismo alternativo: lecciones y desafíos Experiencias locales de prensa alternativa en Bogotá¹

Alternative journalism: lessons and challenges. Local experiences of alternative press in Bogotá

Carlos Eduardo Valenzuela Echeverri **

Resumen

Se presentan aquí los resultados parciales de una investigación etnográfica llevada a cabo en Bogotá, a propósito de la noción de periodismo que respalda el quehacer de dos experiencias locales de prensa comunitaria y alternativa. El objeto de tal análisis radicó en caracterizar tanto el enfoque ideológico que los moviliza, como el sentido progresista de su práctica periodística y comunicativa en el contexto urbano.

Abstract

This article presents some partial results of an ethnographic research on the journalistic notion supporting the activity of two

¹ El presente artículo de resultados se presenta como producto de las reflexiones hechas a partir del trabajo de campo realizado en el marco del proyecto de investigación titulado "Nociones de periodismo en medios alternativos y comunitarios de Bogotá" financiado y auspiciado por la Fundación Universitaria Los Libertadores.

* Artículo recibido el 10 de Agosto de 2015. Aceptado el 17 de Noviembre de 2015.

** Profesor de la Universidad Pedagógica Nacional. Colombia. Correo electrónico: duardoco@yahoo.com o valenzuelaecheverri@gmail.com.



local experiences of communitarian and alternative press, carried out in Bogotá. The object of such analysis centered on characterizing both the ideological approach guiding them and the progressive sense of their journalistic and communicative practice in the urban context.

Palabras clave

Periodismo alternativo - comunicación popular - participación comunitaria.

Keywords

Alternative journalism - popular communication - communitarian participation.

1. Introducción

Muchos coinciden en afirmar que la comunicación en la actualidad, más que un escenario de poder que se yuxtapondría a los ya tradicionales de la política, la religión o el capital, en realidad se ha erigido en todo un ecosistema sociocultural sobre el que, más bien, pugnarían por sobresalir los escenarios señalados. Dicha condición 'estratégica' de lo comunicativo en la contemporaneidad hace de lo que en ella acontece un verdadero campo de lucha, cuyas tensiones atraviesan el corazón de la cultura en su conjunto. Lo político late en función del dictamen mediático; la economía, igual. Los medios delinean en buena medida el referente de lo que se ha de entender por ciudadanía, por cultura, por participación, por conflicto, por paz, etcétera. La educación gravita también alrededor del espectro comunicativo a fin de plegarse a la agenda de los medios y emular su poder de convocatoria.

Sin embargo, no todo al respecto de la hegemonía comunicacional es sumisión al medio, culto al mercado, a la sintonía, al rating. Experiencias de resistencia en comunicación, procedentes del sur, respaldadas por multiplicidad de movimientos sociales y organizaciones populares, deseosas de democratizar la palabra y devolverle su poder de significación, re-inventan el vínculo, el tejido social, a través de una comunicación Otra que no cede ante los embates del capitalismo tardío y su empeño por mercantilizarlo todo.

Precisamente, a cartografiar varias de dichas experiencias alternativas de comunicación en el contexto urbano de la ciudad capital dedicamos el proyecto de investigación denominado *Nociones de periodismo en medios comunitarios y alternativos de Bogotá*, investigación de la que deriva el presente artículo de resultados cuyo propósito esencial



radica en exponer el complejo y arduo transitar de un par de iniciativas de prensa popular-alternativa que han logrado, en virtud de su trabajo, posicionarse con éxito en el seno de sus localidades. Lo que sigue, por tanto, es el retrato hablado de dos apuestas periodísticas que, a pesar de las dificultades, cifraron sus esperanzas en el deseo de contribuir al enriquecimiento cultural, político y social de sus comunidades a través de la comunicación alternativa, una comunicación emergente que defiende y reivindica los derechos de los ciudadanos, cuya voz no usufructúa, sino que realza.

En ese orden de ideas, a lo largo del presente artículo referiremos, en primera instancia y de forma sucinta, el cometido que se trazó el proyecto de investigación al que obedecen estas líneas y los referentes principales sobre los que se basó; luego, hablaremos acerca de los medios cuyas prácticas de trabajo popular-comunitario decidimos rastrear y caracterizar con arreglo a una metodología de corte etnográfico. Finalmente, y como corolario de los análisis realizados alrededor de los medios elegidos, expondremos el talante alternativo del periodismo que estas experiencias patentizan a través de su quehacer comunicativo.

2. El proyecto de investigación: condiciones de emergencia y despliegue

Al hablar hoy del auge de lo comunicativo no solo se está haciendo referencia a la entronización de los medios masivos de comunicación en el contexto social contemporáneo, también se alude, y en mayor medida en nuestro caso, a la creciente aparición de medios alternativos de comunicación en el escenario urbano actual y su incidencia en la configuración de lo público, lo cultural, lo identitario y lo político. Así, lejos de menospreciar o estereotipar la fuerza de lo alternativo, el proyecto de investigación² planteado se arrogó la tarea de acercarse a experiencias de comunicación ideadas desde el margen, pero leales a los principios de lo popular y lo comunitario, con el objetivo no solo de desentrañar su concepción de periodismo sino, además, de caracterizar la naturaleza ideológica de sus acciones y el sentido político de sus apuestas.

En tal medida, a la par del interés por conocer a fondo la postura de estos medios en relación con el oficio periodístico, decidimos adentrarnos en la médula de sus prácticas e identificar los móviles de su quehacer, aspirando a obtener con ello una suerte de radiografía esquemática respecto del universo simbólico que los habita y empuja a desear establecer "escenarios de reivindicación cultural e identitaria para las comunidades"³ mediante el periodismo.

² "Nociones de periodismo en medios comunitarios y alternativos de Bogotá", proyecto formulado en el año 2014 con el apoyo de la Fundación Universitaria Los Libertadores.

³ Tomado del documento de presentación del proyecto de investigación avalado.

Dada la naturaleza de lo propuesto en términos investigativos, optamos por adoptar una metodología de tipo etnográfico mediante la cual acceder al fuero de las experiencias comunicativas elegidas bajo dos criterios técnicos: que fuesen pertenecientes a la localidad de Suba o Chapinero en la ciudad de Bogotá, y que fuesen diferenciales, es decir, adscritas a cualquiera de los siguientes medios: prensa, radio, televisión e internet.

La extenuante búsqueda finalmente rindió frutos y obtuvimos el aval de varias organizaciones locales con las que iniciamos el proyecto. Un proyecto que comenzó interrogándose al respecto de su postura frente al estatuto de lo alternativo, lo comunitario, lo popular, lo participativo, en fin, categorías que fueron objeto de un discernimiento paulatino a partir de matrices de análisis hechas para tal fin. El proceso de conceptualización al que sometimos luego las categorías de discusión, terminó por ofrecernos pistas importantes que alimentaron la fase de interpretación con base en la cual se presentan ahora los resultados de buena parte de la investigación, aquella destinada precisamente a ahondar en las experiencias de comunicación ligadas al medio de prensa alternativa, vertiente sobre la cual profundizaremos en este artículo en particular.

Hasta aquí la semblanza del trabajo tras bambalinas que entraña todo proyecto investigativo y cuya mención suele ser eludida en los informes de investigación de corte experimental, en tanto, como afirma Bourdieu, en ellos "el estilo tiene que ser impersonal, y hay que minimizar la referencia a los actores sociales y a sus creencias de manera que ofrezca todas las apariencias de la objetividad" (Bourdieu, 2003: 46). Dicho esto, revelemos ahora parte de esa otra faz del proceso investigativo, aquella correspondiente a la teorización que sirvió de base para soportar los análisis llevados a cabo en torno de las experiencias de comunicación alternativa elegidas. Referentes que bien vale la pena poner de relieve en razón de su pertinencia para las reflexiones ulteriores.

3. Alternativo, popular y comunitario: distinciones y confluencias

Peruzzo (2012) en un artículo de importancia capital para quienes le vienen siguiendo la pista al tema de la comunicación alternativa y sus diferencias en relación con la comunicación popular y comunitaria, configura un útil ejercicio de categorización gracias al cual es posible establecer distinciones claves a la hora de diferenciar tales vertientes de la prensa propiamente alternativa.

Es así como, al hablar de la vertiente histórica de la comunicación popular, fundada hace ya varias décadas atrás por teóricos de la dependencia como Celso Furtado, Fernando Henrique Cardoso, Darcy Ribeiro, Maria da Conceição Tavares, Theotonio dos Santos, Juan Gamias, Gloria Feliciano, Florangel Rosario-Braid, Frank Ugboajah, Paulo Freire, etc., (Gumucio, 2012), nos topamos con una perspectiva de comunicación que no solo reivindica la expresión de las clases subalternas en su lucha por el derecho a vivir



dignamente y por el fortalecimiento de la justicia social, sino que también apoya el desarrollo de iniciativas que, a contracorriente de lo producido por los medios masivos de comunicación, alientan la participación activa de la población a defender lo público. De allí que su génesis tenga lugar en el seno de movimientos populares sin más interés que el de aportar al despliegue de proyectos tributarios del bienestar comunitario y la acción popular:

El rasgo central de la comunicación alternativa es la apropiación de los procesos de comunicación. El término apropiación se debe entender como el desarrollo de la capacidad autónoma y colectiva de adoptar la comunicación como herramienta que contribuye al fortalecimiento organizativo comunitario. El concepto va más allá de la propiedad de los medios y del manejo de la tecnología; no se trata simplemente de convertirse en propietarios de una estación de radio, un periódico o un canal de televisión, sino de apropiarse del proceso de toma de decisiones, como una respuesta colectiva a la hegemonía y a la imposibilidad de acceder a los medios masivos (Gumucio, 2012: 38).

Ahora, un rasgo distintivo de esta clase de comunicación es su vocación educativa, pues se encuentra al tanto de cuán pedagógica ha de ser la relación que traba con quienes apuestan por ella. Una relación que difiere del trato vertical que comúnmente reciben los adscritos al medio masivo, y que se enfoca en auspiciar y favorecer la participación de la comunidad en el grueso de los procesos de producción y difusión que involucra la puesta en marcha de este tipo de comunicación. Tal deseo por hacer partícipe al ciudadano de la gestación del medio hace que este último se deba en casi su totalidad al conjunto del colectivo que le dio origen, lo que, por ejemplo, marca la diferencia con el medio comercial o masivo que comunica en función de los intereses particulares del sector que lo respalda económicamente. Así pues, su sello es eminentemente comunitarista.

Y, pese a los cambios sociopolíticos que a lo largo de casi tres décadas han acontecido – en parte, gracias justamente a su incidencia–, en cuanto a la caída de las dictaduras militares, el relativo fortalecimiento de la democracia política y las complejas metamorfosis de los movimientos populares, la fuerza característica de la comunicación alternativa reposa aún en su esencia libertaria, "es decir, que se rige por la desvinculación de aparatos gubernamentales y empresariales de interés comercial y/o político-conservador" (Peruzzo, 2012: 353).

Dicho enfoque progresista difícilmente podrá verse afectado por el carácter propiamente instrumental de los medios que el comunicador alternativo tenga a su disposición, pues el ethos de su ejercicio radica en velar por el sentido de una comunicación que, más allá de las condiciones técnicas que esgrima, se preocupa ante todo por "favorecer la auto-emancipación humana y contribuir a la mejora de las condiciones de existencia de las poblaciones empobrecidas, para reducir la pobreza, la discriminación, la violencia, etc., así

como avanzar en la equidad social y en el respeto a la diversidad cultural" (Peruzzo, 2012: 358).

En relación ahora con el universo de la denominada *prensa alternativa*, segunda gran tendencia con relación a la cual el anterior enfoque es afín pero no equivalente, Peruzzo (2012) distingue cinco subniveles periodísticos que, aunque adscritos a la categoría general de lo *alternativo*, guardan entre sí varias diferencias. Están, entonces, el periodismo alternativo *militante*, aquel representativo de los movimientos populares y de cuño emancipatorio; la prensa popular, vinculada a "organismos comprometidos con las causas sociales, pero con publicaciones de porte mejor elaborado y con tiradas mayores; la prensa político partidaria; la prensa sindical combativa, y el periódico alternativo propiamente dicho" (Peruzzo, 2012: 359-360), aquel que cabe subrayar en este contexto de discusión en virtud de su relevancia para los análisis.

En efecto, estaríamos aquí de cara a un tipo de periodismo que distaría del de base popular, por cuanto no se alinearía del todo a los criterios de acción local y contextual que rigen la práctica de este último, en consonancia con los principios de la comunicación popular, alternativa y comunitaria. El periodismo alternativo al que aquí hacemos referencia trasciende los linderos del informativo local y se instala a la altura de los diarios o publicaciones periódicas, con criterio crítico. Su finalidad equivale al hecho de ofrecer contenidos alternativos a los suministrados por la prensa representativa del statu quo. Así pues:

... lo que caracteriza a este tipo de periódico como alternativo es el hecho de representar una opción como fuente de información, por la cobertura de temas ausentes de los grandes medios de comunicación y por su abordaje crítico de los contenidos que ofrecían. En cambio, los pequeños periódicos, los boletines informativos y otras formas de periodismo popular, también conocidas como alternativas, (...) no eliminaban la necesidad de leer los periódicos convencionales, pues sus contenidos eran más específicos y estaban relacionados con las problemáticas locales o con determinados segmentos sociales (Peruzzo, 2012: 361).

En consecuencia, el propósito de este periodismo no es otro que el de servir de alternativa, en el estricto sentido del término. Es decir, se erige como una opción de comunicación diferente cuya intención es hacerle contrapeso crítico a la banalidad informativa del periódico de gran tirada. Dicha fórmula, a decir verdad, data de finales del siglo XIX, época en la que surgen los periódicos de opinión "como reacción contra los periódicos para el gran público, sensacionalistas, que siempre han suscitado la aprensión o la náusea entre los lectores cultos" (Bourdieu, 1997: 62).

Su cometido político hace que este modelo de periodismo se aleje de alineaciones partidarias o comerciales, lo cual implica "... la puesta en marcha del medio como empresa privada y su consiguiente sumisión a la lógica del mercado" (Peruzzo, 2012: 360), lo que le

permite preciarse de poseer un cierto nivel de autonomía, dependiente, no obstante, de las relaciones de fuerza y tensión distintivas de todo 'campo', sin excepción del periodístico por supuesto:

La competencia económica entre cadenas o periódicos por los lectores o los oyentes, es decir, por las cuotas de mercado, se lleva a cabo concretamente en forma de competencia entre los periodistas, competencia que tiene retos y premios propios, específicos –la primicia informativa, la exclusiva, la fama dentro de la profesión, etcétera–, pero que no se vive ni se ve como una lucha meramente económica por unas ganancias financieras, por más que dependa siempre de los constreñimientos impuestos por la posición del medio de comunicación considerado dentro de las relaciones de fuerza económicas y simbólicas (Bourdieu, 1997: 59-60).

A esta altura del artículo, se esclarecen diversos aspectos relacionados con la complejidad que reviste la categoría de lo alternativo; noción con la que nos aproximamos a las experiencias de comunicación locales, deseosos de rastrear en ellas las posturas que respaldan y definen el norte de sus prácticas periodísticas. Ahora, si bien el panorama expuesto nos ofrece valiosos elementos de juicio para desenmarañar aquella intrincada constelación de conceptos cercanos a la noción de lo alternativo, su lectura apresurada podría conducirnos a subestimar la labor de los protagonistas de estas experiencias, cuyo oficio catalogan ellos mismos de alternativo pese al alcance local de sus periódicos. Periódicos hechos en función de compromisos irrenunciables para con la comunidad: el de defender sus derechos, el de realzar su condición de ciudadanos, el de controvertir la voz de la hegemonía mediática y el de contribuir al re-establecimiento de la cohesión social y política. Refiramos ahora el perfil de los medios alternativos participantes en el proyecto y el abordaje metodológico del que fueron objeto.

4. Medios participantes: ruta metodológica

Aunque fueron muchas las experiencias contempladas en virtud de su trayectoria en el terreno de la prensa alternativa, las vinculadas a la investigación desde el formato impreso fueron solo dos: *El periódico de las Mujeres* y *El Vocero 25*, medios que no solo valoraron nuestro propósito de reflexionar sobre la concepción de periodismo que ellos mismos vehiculizan a través de su práctica, sino que también celebraron la oportunidad de ir zanjando, mediante la investigación, la brecha entre la academia y el trabajo comunitario en comunicación dentro del contexto urbano. La idea de suscitar alianzas, de tejer vasos comunicantes entre la universidad y los periodistas alternativos volcados realmente al trabajo en campo posibilitó un pacto de diálogo con los medios alternativos y sus editores, personas dedicadas de manera ininterrumpida al ejercicio de la comunicación popular en pos de proteger los intereses de sus comunidades y de velar por la defensa de sus derechos y oportunidades.

De hecho, tales cualidades, aunadas al deseo expreso de aportar a la reflexión sobre el periodismo alternativo, constituyeron el aliciente principal que condujo a la elección de dichas experiencias como prácticas objeto de análisis. Sus líderes, es decir, los gestores del *Periódico de las Mujeres* y el *Vocero 25* fueron los entrevistados en virtud no solo de su trayectoria en la comunicación, sino en razón del arduo trabajo que desempeñan como promotores de lo cultural a través del periodismo alternativo, el cual conocen, apoyan y buscan reivindicar mediante una práctica que enaltezca los derechos de la ciudadanía y la importancia de lo comunitario en clave política y social.

Así pues, las reflexiones aquí descritas se basan, particularmente, en el análisis al que fueron sometidas dos entrevistas en profundidad hechas a Pilar Dulsey, directora del *Periódico de las Mujeres* y a Laureano Monroy, director del periódico *Vocero 25*. Dado el carácter conversacional de la entrevista y la importancia que esta técnica reporta para quien busca recabar información cualitativa de alto valor, su adopción para la investigación fue decisiva y, además, consecuente con el enfoque etnográfico del estudio. Con relación al tipo de cuestionario empleado, se tuvo en cuenta la clase de objetivos trazados por la investigación, de allí que, con base en la clasificación que aportan Bonilla y Rodríguez (1995) respecto de los tipos de preguntas, se seleccionaran aquellas concernientes a dimensiones como: conocimientos, opiniones y experiencias.

De naturaleza abierta, las preguntas formuladas se redactaron a partir del presupuesto de no prever sentidos de respuesta, por el contrario, buscando que el entrevistado respondiese en sus propios términos. Los criterios definitorios para la planificación y el desarrollo de las entrevistas se establecieron a partir del grado de relación de los entrevistados con el periodismo alternativo y el trabajo comunitario.

Después de realizadas las entrevistas, los audios obtenidos fueron transcritos y su contenido fue sometido a un proceso de categorización. La técnica a través de la cual se analizó dicha información fue la de análisis de contenido (Ruíz, 2006). La elección de tal técnica obedeció al potencial reflexivo que posee, pues es una estrategia que contribuye a "comprender la complejidad de la realidad social que estamos interesados en estudiar, en lugar de simplificarla y reducirla a mínimos esquemas de representación" (Ruiz, 2006: 45).

5. El quehacer de las experiencias: una mirada a su oficio

Las experiencias de periodismo alternativo que aquí se caracterizan responden a lógicas de producción estrechamente ligadas al trabajo comunitario. Su génesis, de hecho, derivó en principio de una preocupación genuina por contribuir, sin interés de lucro, a hacer visible la labor de distintos miembros de la comunidad, interesados en hacer público el fruto de su trabajo.



El Periódico de las Mujeres, por ejemplo, fue la estela de un proceso comunicativo que comenzó, hace ya más de tres años, en una de las veinte localidades de la ciudad de Bogotá, en Engativá, específicamente. Allí, la ahora directora del periódico en mención gestó un proyecto televisivo a escala comunitaria mediante el cual quiso dar a conocer el quehacer de un grupo de señoras que, luego de atravesar por diversas dificultades asociadas a la violencia de género, decidieron encarar la vida a través del trabajo manual, el cual, gracias a la iniciativa comunicativa de Dulsey, fue difundido por diferentes canales comunitarios. Fue tal el éxito del programa, hecho gratuitamente y con el apoyo de miembros de "La Casa de Igualdad de oportunidades", uno de los tantos proyectos con sentido social del Distrito de Bogotá, que las mujeres involucradas pronto se dieron a la tarea no solo de mostrar sus productos sino, además, de narrar sus historias de vida. Ese fue el inicio.

El interés por continuar alentando un medio que respondiese a las expectativas de estas mujeres en términos de recoger sus vivencias y elevar sus demandas hace que emerja *El Periódico de las Mujeres*, periódico con un enfoque de género que, justamente este año, llega a su edición número 36, la cual celebran gustosos por cuanto sigue esgrimiendo un carácter inclusivo, espíritu que defiende de forma denodada su directora, una educadora concernida desde hace mucho tiempo por la comunicación, puesta al servicio de los derechos de las mujeres.

La periodicidad de la publicación es mensual, y, en efecto, hace tres años no ha dejado de circular, aunque no dejan de presentarse demoras en la edición, pues el cubrimiento a nivel distrital implica grandes esfuerzos, de allí que se invite a la comunidad en general a participar y, en particular, a las mujeres de las Casas de Igualdad de derechos de todas las localidades de la ciudad capital. Con base en ello, trabajan y se sostienen gracias a la iniciativa de quienes voluntariamente deseen participar en el periódico, pues este es de distribución gratuita.

Vocero 25, por su parte, está también precedido por una historia signada por un imperativo: el de velar por el sentido de las luchas barriales y el horizonte de lo comunitario. Laureano Monroy, su fundador, imbuido por consignas progresistas, desde muy joven hace explícito su interés por sacar a la luz un periódico distinto al promovido por el statu quo, es decir, leal al propósito de retratar las historias locales, propias de su comunidad, sin aspirar a lucro alguno, pues lo que lo mueve es la intención de poner al servicio de sus vecinos, al menos en una primera instancia, un informativo que les concierna, hecho a base de una serie de esfuerzos propios y ajenos que confluyeron en lo que hoy por hoy se ha convertido en una publicación autónoma, fundada en octubre de 2008, con más de 80 ejemplares en circulación.

Actualmente, cuenta incluso con diversos corresponsales en diferentes zonas del país, entre ellas, Quindío, Sesquile, Risaralda y Andes. Pese a contar en el presente con un equipo de redacción consolidado, distribuidores, subdirector y administradora, el informativo no pierde de vista el fin altruista que le movilizó desde un inicio: forjar ciudadanía y velar por los derechos de la gente. Solo que ahora ha trascendido el umbral de la localidad, situándose en un tablado mucho más amplio, desde el que publica sin cortapisas gracias a que sobre su fuero no se ciernen presiones de ninguna índole, como aquellas que suelen regir las decisiones de los medios hegemónicos, claramente vehiculizados por intereses corporativistas y privados. Si bien es evidente que el *Vocero* circula sin pretensiones de lucro, la pauta publicitaria es la que contribuye a su financiación, además del apoyo del gobierno distrital con el que ocasionalmente cuenta.

Vocero es visualizado en el futuro por su director como un semanario, de al menos 24 páginas, en las que se conserve la autonomía de quienes allí publiquen con arreglo a un único criterio: ser una opción alternativa a los medios informativos del *establishment*. Es ese su sello, al que siempre obedeció, de acuerdo con Monroy, su empresa de sacar adelante el periódico del barrio. Aquel en el que tuvieran voz los habitantes del territorio con el fin de constituir identidad, una por la que velar y construir tejido social.

Así pues, *Vocero 25* y *El Periódico de las Mujeres* hacen evidente un inquebrantable deseo de propender por el reconocimiento y la defensa del Otro. Consigna que paulatinamente han hecho suya a partir del legado que el trabajo comunitario y popular les ha conferido a lo largo de su existencia. Su aparición obedece y se encuentra marcada por el ideal de reivindicar la importancia del lazo social, de lo público en función del bienestar comunitario.

Prácticamente, ha sido la defensa de los derechos ciudadanos la antorcha que ha iluminado el trasegar de estos comunicadores alternativos cuya vocación claramente no nace de la noche a la mañana:

“A mis padres, desde que nació, los conocí haciendo trabajo comunitario. Mi abuelo fue fundador del barrio Real en Engativá, fue la primera junta que existió formalmente en Bogotá. De ahí mi padre fue el vicepresidente de la junta, el tío era el presidente. Todos los domingos en la casa estaba el parlante de la junta colgado con la música hasta el mediodía y con todos los anuncios parroquiales. Y de ahí en adelante mi madre colaboraba mucho en los bazares, hacía su famoso cuchuco con espinazo para que ayudaran a construir la iglesia del barrio El Luján, que fue solamente construida con fondos de la comunidad. Entonces fue un trabajo que toda la vida me lo enseñaron a hacer” (Directora, *El Periódico de las Mujeres*).

Inspirados por el ideal de un mundo más igualitario, pero instigados a la par por resistir los autoritarismos de los sectores de poder, las experiencias comunicativas descritas deciden no ceder ante las dificultades que genera el hecho de querer expresarse desde el

margen. Pese a los obstáculos, el carácter contestatario de su quehacer periodístico no ha menguado, por el contrario, ha terminado por identificarles. De allí el talante de su motivación, es decir, progresista, libertario, el cual los ha hecho partidarios de una lucha que no reviste beligerancia alguna, pues es una lucha que conoce el valor de la palabra, la cual ha puesto al servicio de los lectores, no al servicio de los que patrocinan lo que, a su juicio, se 'debería' leer como suele ocurrir con los medios masivos de comunicación.

Así, movidos por el interés de visibilizar los derechos de las mujeres, es decir, "*...el derecho a una vida libre de violencia, el derecho a una educación con equidad, el derecho a una cultura y una vida libre de sexismos, el derecho a una salud plena, el derecho a un lenguaje incluyente, el derecho a la participación y la representación*" (Directora, *El Periódico de las Mujeres*) es que se ha sostenido *El Periódico de las Mujeres*, el que hoy por hoy circula en diversas localidades de la ciudad de Bogotá como Engativá, Chapinero, Teusaquillo y Candelaria, cubriendo todo el borde occidental y el oriental con la revista de las mujeres. Sin cese de actividades, con una difusión casi ininterrumpida, como ya se ha señalado, los gestores de dicho periódico atribuyen a su trabajo comunicativo una gran responsabilidad por cuanto justamente buscan a través de él dignificar el ejercicio periodístico comunitario y alternativo:

"... hemos tratado de mostrar que el periodismo que hacemos es serio, es un periodismo responsable, por eso hemos buscado espacios y escenarios para poder mostrarlo, en cada localidad; ustedes que ya visitaron Suba, con nuestro compañero de Vocero 25, en cada localidad cada medio es fuerte, es líder, porque nosotros trabajamos mediante el proceso de investigación acción participante, somos líderes, hacemos investigación pero también generamos cambios y somos parte del cambio, somos agentes de cambios" (Directora. *El Periódico de las Mujeres*).

Por su parte, *Vocero 25*, fruto, como se indicó, del empeño de un comunicador alternativo por contrarrestar a través de la palabra impresa el avasallamiento de los grandes medios sobre su comunidad, surge como una opción que pone al alcance de sus lectores no solo qué leer, también qué escribir, pues le caracteriza una mirada co-creativa y democrática frente a la producción, muy afín al principio participativo propio de la comunicación alternativa. Dicho periódico claramente se debe a quienes han hecho de él una plataforma sólida de expresión que no aspira a retratar el devenir del mundo contemporáneo, sino a atestiguar aquel que la comunidad vivencia a diario en su barrio, en su parque, en sus calles:

"... publicamos cositas de esto que le gusta mucho a la gente (señala de nuevo un apartado del periódico); noticias buenas de Bogotá, como lo de las bicicletas, yo diría más bicicletas menos transmilenio, y de vez en cuando le metemos un chistecito por ahí medio morbosos, esto me lo mandó un señor, me acaba de llamar, la gente del DIME, estos árboles son de este barrio, y otro señor de otro barrio pues dijo: ya está

tirándose los árboles, le dije haga un artículo, tome fotos y me las manda ..." (Director *El Vocero* 25).

Es la dinámica de lo local lo que le inyecta vida a sus páginas, lo que justifica su tiraje. Los réditos que su editor obtiene a cambio no son monetarios, tienen que ver más bien con la satisfacción que le reporta el hecho de que la comunidad se adueñe del medio, lo haga propio, se identifique con él y su atmósfera comunicativa; una que, por cierto, disiente bastante de aquella expuesta por muchos diarios que evidentemente solo buscan el lucro, y actúan en consecuencia con arreglo a tal propósito:

"... yo fui le dije al del periódico: Don Ernesto, estamos en una crisis, y me dijo: 'cambie el estilo, yo acá le consigo las viejas empelotas y póngale una cada vez'. Le dije: no, es que nosotros hacemos es un periódico alternativo contra eso que ustedes hacen. Me dijo: 'yo le consigo una vaina de esas, mejor dicho, le mando una docena gratis'; pero nosotros acá no somos ni morbosos ni nada de esas cosas. Una vez una señora llegó acá diciéndome que tenía la foto del señor que acababan de matar, y le dije que eso acá no nos interesa. ¡Pero es un señor conocido por el barrio!, y le respondí que nosotros no publicábamos esa clase de cosas, y entonces ¿quién lo publica?, me preguntó, y le dije que fuera al Espacio o a RCN o Caracol, que eran los que publicaban eso, eso a nosotros no nos interesa, esas noticias, de pronto la causa por la que la gente se mata, pero el cadáver y esa vaina nosotros no" (Director. *El Vocero* 25).

Dado lo anterior, podríamos afirmar que el ejercicio periodístico adelantado por los creadores de estas experiencias comunicativas esgrime de forma ostensible un enfoque predominantemente comunitario y popular que, si bien no rebasa los alcances, siguiendo a Peruzzo (2012), de un periódico ideado para hacerle contrapeso al statu quo global y su régimen informativo, apuesta, no obstante, a un matiz alternativo en su práctica, pues concibe el hecho de informar como un acto que, a diferencia de aquel llevado a cabo por los grandes medios, no atenta contra la dignidad, la inteligencia y el respeto de las audiencias.

Por tanto, lo hecho por estos periódicos aquí analizados es, hoy por hoy, más allá de la envergadura de la noticia transmitida, un gesto completamente alternativo, diferencial, heterodoxo que bien vale la pena poner de relieve con el objeto de replicar y extraer de él lecciones importantes para quienes se están formando como comunicadores sociales y periodistas.

6. El sello del periodismo alternativo en las experiencias locales descritas

Es claro que a los medios investigados no los moviliza un interés comercial, su labor obedece más bien a una motivación de carácter solidario en virtud de la cual se concentran en velar por los derechos de las personas, en especial, de los grupos subalternos a quienes les confieren protagonismo en el seno de sus periódicos. Las

historias narradas, las entrevistas hechas, los anuncios formulados responden a una política editorial que tiene clara su vocación popular, que se reconoce en un periodismo crítico y participativo.

"Entonces nosotros hemos venido trabajando esta clase de periodismo, el medio no es nada comercial porque no estamos trabajando por ello, estamos haciendo todo el tema de sensibilización y trabajo por el tema de igualdad de oportunidades para las mujeres, ese es nuestro enfoque" (Directora. *El Periódico de las Mujeres*).

Desde esta perspectiva, se identifican, además, como medios comunitarios y alternativos en tanto, de un lado, buscan responder a las expectativas de la comunidad, centrándose en sus necesidades e intereses, y de otro, toman distancia del criterio hegemónico desde el que informan los medios masivos. Por supuesto que no eluden hablar de lo que circula en la esfera pública, pero lo hacen conscientes del lugar desde el cual hablan: uno que no se halla signado por la pauta publicitaria, uno que atiende a las demandas sentidas de la comunidad, lo que los convierte efectivamente en voceros:

"... al periódico yo lo considero comunitario alternativo, comunitario: porque trabaja con la comunidad, y alternativo, porque trae noticias un poco críticas hacia el establecimiento" (Director. *El Vocero 25*).

Por tanto, el sello que le han impreso a sus informativos da cuenta de un deseo marcado por realzar la voz del oprimido, por denunciar el origen y la naturaleza de su opresión, propósitos por excelencia de los movimientos sociales en los que han hallado, en buena medida, inspiración. Su trabajo comunicativo, de hecho, ha sido precedido por una militancia en el oficio comunitario sumamente fuerte, que el medio hereda con el fin de continuar alimentando un giro comunicativo-educativo que apuesta a una idea de desarrollo social y de cambio que no comulga con los imaginarios desarrollistas de antaño; responde, por el contrario, a una dignificación de la labor cotidiana y desinteresada de muchos ciudadanos anónimos cuyos esfuerzos subrayan los periódicos en virtud del aporte que estos representan para el bienestar de la colectividad.

"... comenzamos a conseguir cosas para el barrio, pero entonces ellos tenían un parlante y nosotros no teníamos nada, y comenzaban a hablar mal de nosotros por el parlante y a dar quejas de nosotros a las secretarías diciendo que nosotros éramos comunistas, entonces yo me acorde que por allá Lenin habla de la prensa y nace el periódico en 1975, el periódico llamado acción y reacción" (Director. *El Vocero 25*).

Y es en este punto donde las experiencias empiezan a hacer evidente la noción de periodismo alternativo que subyace en su trabajo informativo, una perspectiva que, aunque fincada en principios altruistas, no raya en las utopías inviables de las ideologías de extrema izquierda. Su oficio, sin desligarse de la reivindicación social, ha terminado por alejarse del género panfletario y ha resituado el sentido de lo comunitario en pos de la ciudadanía.

Una ciudadanía basada en los principios del trabajo colectivo, la camaradería y el respeto por el otro y lo Otro. Una ciudadanía activa "en la que [existen] responsabilidades y virtudes cívicas, entendidas estas últimas como un conjunto de cualidades morales que hacen de un individuo un buen ciudadano" (Valderrama, 2007: 98). De allí que aborden temas asociados a la defensa de los derechos humanos y de género, la formación, el medio ambiente, las reivindicaciones políticas, etcétera. Podría decirse que para ellos "la ciudadanía no es la adquisición de un título o un estatus sino, ante todo, una práctica, un compromiso, una participación en el ámbito público" (Valderrama, 2007: 98). En ese orden de ideas, su lucha no estriba en ir a contracorriente de las instancias gubernamentales del sistema, cuyo operar, incluso, suelen seguir atentamente en la medida en que auspician espacios de participación para los ciudadanos de a pie. Su cometido, más bien, es el de visibilizar el quehacer de aquellos protagonistas locales que el medio masivo tiende a descuidar:

"Primero que todo [El Periódico de las Mujeres] siempre encuentra una historia de mujer, (...) también encuentran los diferentes proyectos y programas de las casas de igualdad de oportunidades para mujeres, todo lo que son talleres y encuentros, temas en salud, también temas de no violencia contra la mujer. Temas que son de interés para ellas, y también un camino diciendo que existen las casas refugio, existen lugares en los cuales hay charlas, asesorías psicológicas, asesorías en derecho para que ustedes puedan empezar y también los diferentes proyectos y programas que pueden beneficiar a las mujeres en el distrito capital" (Directora. *El Periódico de las Mujeres*).

A la par de su deseo de contribuir a fomentar el trabajo por y con la comunidad, su labor informativa propende a alcanzar los más altos niveles de calidad periodística de suerte que lo 'alternativo' no equivalga a una etiqueta que justifica la falta de rigor en el tratamiento de una noticia. Por el contrario, su compromiso ha sido el de enaltecer el oficio del periodista alternativo, a veces duramente estigmatizado por la tradición hegemónica, todo lo cual encierra o pone de relieve una tarea de tipo pedagógico muy importante que radica en reconocer y concederle un estatuto profesional al periodismo alternativo:

"... hemos venido trabajando desde la asociación y desde nuestros medios por la dignificación del ejercicio periodístico comunitario y alternativo, hemos tratado de mostrar que el periodismo que hacemos es serio, es un periodismo responsable, por eso hemos buscado espacios y escenarios para poder mostrarlo, en cada localidad" (Directora. *El Periódico de las Mujeres*).

Lo anterior los ha llevado, entre otras cosas, a incorporar profesionales del periodismo entre sus filas, sin perder de vista, por supuesto, el carácter crítico de su publicación. Tales alianzas no han impedido que los periódicos continúen obedeciendo al espíritu comunitario que les ha identificado desde sus inicios. Por el contrario, a través del ejercicio serio de investigación periodística, su labor ha venido cualificándose progresivamente, al

punto de ser reconocidos por el campo del periodismo alternativo como experiencias paradigmáticas.

"La idea es institucionalizar todos esos premios, todo es un proceso, de escalón en escalón para poder posicionarnos aún más y mostrar esa elegancia del periodismo comunitario y alternativo, nos hemos enfocado más en el tema social que en búsqueda de proyectos. Sí trabajamos el tema de la pauta publicitaria pero también estamos tratando de buscar que el nombre del periodismo comunitario y alternativo se engrandezca para así mismo poder recibir, uno no puede recibir si uno no da" (Directora. *El Periódico de las Mujeres*).

Claro está, su ansia de posicionamiento social no riñe con el interés por continuar dándole visibilidad a las historias de la localidad en la que se inscriben. Saben que el motor principal de su empresa periodística no es otro que el de la participación comunitaria. De allí que para *El Vocero 25*, por ejemplo, resulte vital la colaboración de los miembros del barrio en la consecución de los artículos del informativo. El hecho de que lo publicado recoja el sentir de la comunidad, la cual lo ratifica como un medio de expresión democrático y pluralista, aunque de alcance local, es a todas luces un sello distintivo del periodismo considerado popular-comunitario: "... en este momento, en el periódico, yo diría que el 60% son cosas que la gente le manda a uno" (Director. *El Vocero 25*). Producciones que, al hacer patente un proceso de apropiación del medio por parte de la comunidad, en tanto lo asumen como un instrumento mediante el cual, como diría Gumucio (2012), se decide aportar al fortalecimiento del sentido de lo comunitario, refrendan el enfoque alternativo que insufla a los periódicos.

Esta cualidad hace de los periódicos analizados una muestra representativa de lo que Peruzzo (2012) denomina comunicación popular y comunitaria, categoría que el *Vocero 25* particularmente aúna a la de alternativa, por cuanto su informativo, no obstante su condición contextual, cubre noticias de interés nacional, pero desde una perspectiva crítica y problematizadora. Enfoque cuya sostenibilidad ha enfrentado crisis serias pese a la convicción de sus defensores por aislar a sus periódicos de la presión comercial y económica que ha distinguido al campo periodístico (Bourdieu, 1997).

Mantenerse, en consecuencia, al margen de los circuitos comerciales no ha sido una tarea fácil para los directores de los periódicos (Ramonet, 2011), pues, a pesar de su consigna libertaria, el trabajo de publicación acarrea engorrosos gastos cuyo cubrimiento no alcanzan a saldar los informativos con recursos propios. De allí que la pauta publicitaria la hayan vinculado al engranaje de producción del periódico con el apoyo de la comunidad:

"Se está invitando a escribir también porque este medio es de distribución gratuita, no tenemos patrocinador constante, sino que, de acuerdo a la pauta publicitaria que se logre conseguir, circula. El periódico no ha dejado de circular en tres años, de pronto no se mueve unos días, 15 días, pero el periódico sigue circulando, entonces hacer

cubrimiento a nivel distrital requiere una estructura grande entonces también invitamos a la comunidad a que participe” (Directora. El Periódico de las Mujeres).

Esta vía de financiamiento comercial mediante pauta publicitaria no ha incidido en la filosofía de las publicaciones que insiste en incluir la perspectiva del ciudadano en sus contenidos, los cuales no dejan de reportar noticias asociadas a la denuncia de las injusticias cometidas contra las minorías y las comunidades:

“... el tema de la comunicación comunitaria ha sido muy interesante porque es que es la única y es el medio por el cual se expresan las comunidades, se visibilizan sus proyectos, sus procesos, entonces es algo muy bonito, que no enriquece monetariamente pero sí hace crecer muchísimo de manera espiritual” (Directora. El Periódico de las Mujeres).

De otro lado, cabe resaltar la importancia de fortalecer el apoyo gubernamental que la actual administración parece concederles en términos de reconocerles su estatuto (Acuerdo 292 de 2007), pues, a pesar de haber auxilios específicos, estos se muestran insuficientes en relación con las demandas de los medios alternativos. De ahí la creación de mesas de trabajo distritales de comunicación alternativa que puedan constituirse en una suerte de plataforma de diálogo y concertación, en pos del desarrollo de este tipo de iniciativas:

“Nosotros tampoco tenemos un estudio general de medios, nosotros no tenemos mediciones, por ser un proceso social, está apoyado por el Perú y las Naciones Unidas, la política pública surge de ese apoyo de ellos dos donde dice que tiene que existir un apoyo, una ayuda para los medios de base, para los medios que hacen periodismo comunitario. De ahí entonces el distrito empieza a trabajar desde las mesas de comunicación, la política pública de comunicaciones, yo desde la localidad de Engativá, otros compañeros desde Suba. Se creó la mesa bogotana de comunicación” (Directora. El Periódico de las Mujeres).

Ahora, baste señalar, para cerrar el presente artículo, un último aspecto que claramente nos atañe, relativo al papel de los centros de investigación universitarios en el quehacer de los medios alternativos analizados. Ciertamente, las experiencias de comunicación coinciden en experimentar una cierta desazón con respecto a la participación de las universidades en sus redes de trabajo comunitario. Encuentran una marcada brecha entre lo hecho por la prensa popular-comunitaria y el respaldo de la academia, apoyo que estas organizaciones aparentemente leen en un sentido ciertamente pragmático: practicantes, cursos, diplomados, investigadores, etcétera, todo lo cual no permite instalar un diálogo de saberes menos regido por la lógica utilitarista que por una racionalidad abierta a la emergencia de reflexiones complejas que pongan de relieve la pregunta por el futuro del periodismo comunitario y alternativo en Colombia. Interrogante que, precisamente, inspiró el desarrollo de esta investigación que actualmente aspira a producir nexos reales con los medios alternativos, a través de vínculos pedagógicos que permitan enriquecer la



formación de los comunicadores sociales, a quienes parece soslayárseles la importancia que posee el trabajo hecho por la prensa alternativa, comunitaria y popular en la región.

Las anteriores son tan solo algunas de las principales consideraciones que, en el marco de un artículo como este, es posible suministrar a propósito del quehacer de dos experiencias de periodismo alternativo y popular-comunitario: *Vocero 25* y *El periódico de las Mujeres*.

Referencias bibliográficas

- Bonilla Castro, Elsy y Rodríguez Sehk, Penélope (1995). *Más allá del dilema de los métodos. La investigación en las ciencias sociales*. Bogotá: Norma.
- Bourdieu, Pierre (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, Pierre (2003). *El oficio del científico. Ciencia de la ciencia y reflexividad*. Barcelona: Anagrama.
- Gumucio, Dagron A. (2012). *Comunicación y cambio social: raíces ideológicas y horizontes teóricos*. En Marcelo Martínez y Francisco Sierra (Comps.) *Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local*. (pp. 25-55). Barcelona: Gedisa.
- Krohling, Peruzzo C. (2012). *Aproximaciones entre la comunicación popular y comunitaria y la prensa alternativa en Brasil en la era del ciberespacio*. En Marcelo Martínez y Francisco Sierra (Comps.), *Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local*. (pp. 351-376). Barcelona: Gedisa.
- Ramonet, Ignacio (2011). *La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales*. Bogotá: Le Monde Diplomatique.
- Ruíz, Alexander (2006). *Texto, testimonio y metatexto. El análisis de contenido en la investigación en educación*. En Torres Carrillo y Jiménez Absalón (Comps.) *La práctica investigativa en Ciencias Sociales*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.
- Valderrama, Carlos E. (2007). *Ciudadanía y comunicación. Saberes, opiniones y haceres escolares*. Bogotá: Siglo del Hombre - IESCO.