

Cicilia M. Krohling Peruzzo / Thomas Tufte / Jair Vega Casanova
EDITORES

Trazos de una otra comunicación en América Latina

*Prácticas comunitarias, teorías
y demandas sociales*

UN UNIVERSIDAD
DEL NORTE

Editorial

**TRAZOS DE UNA *OTRA*
COMUNICACIÓN EN
AMÉRICA LATINA**

Prácticas comunitarias, teorías y
demandas sociales

**TRAZOS DE UNA *OTRA*
COMUNICACIÓN EN
AMÉRICA LATINA**

Prácticas comunitarias, teorías y
demandas sociales

Cicilia Krohling Peruzzo
Thomas Tufte
Jair Vega Casanova
(Editores)

Editorial Universidad del Norte
ALAIC - Asociación Latinoamericana de
Investigadores de la Comunicación
Barranquilla (Colombia)
2011

Trazos de otra comunicación en América Latina / Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Red Danesa de Investigación en Nuevos Pensamientos sobre Ciudadanía, Autoridad y Espacio Público en América Latina, Universidad del Norte. -- Barranquilla, Col. : Editorial Universidad del Norte, 2011.

xxiii, 352 p. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas en cada capítulo.

ISBN 978-958-741-134-8 (impreso), ISBN 978-958-741-152-2 (PDF),

ISBN 978-958-741-207-9 (ePub)

“Este libro surge de la producción científica de 4-5 años de encuentros en ALAIC, especialmente del grupo de trabajo ‘Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía.’ – Prefacio.

1. Comunicación. 2. Medios de comunicación de masas. 3. Brecha digital—América Latina. 4. Internet. I. Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. II. Red Danesa de Investigación en Nuevos Pensamientos sobre Ciudadanía, Autoridad y Espacio Público en América Latina. III. Universidad del Norte. IV. Tít.

(302.23 T783 22 ed.) (CO-BrUNB)



www.uninorte.edu.co
Km 5, vía a Puerto Colombia
A. A. 1569, Barranquilla (Colombia)



© 2011, Editorial Universidad del Norte

© 2011, ALAIC - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación

© 2011, Cicilia Krohling Peruzzo, Thomas Tufte, Jair Vega Casanova (Editores)

Coordinación editorial

Zoila Sotomayor O.

Diseño y diagramación

Luis Gabriel Vásquez M.

Procesos técnicos

Munir Kharfan De los Reyes

Diseño de portada

Joaquín Camargo

Corrección de textos

María Guerrero

Tharem Texeira

Hecho en Colombia

Made in Colombia

Contenido

Prólogo	
<i>Jorge A. González</i>	ix
Prefacio	
<i>Thomas Tufte, Jair Vega</i>	xv
Apresentação	
<i>Cicilia M. Krobling Peruzzo</i>	xvii

PARTE I

COMUNICACIÓN POPULAR COMUNITARIA Y ALTERNATIVA EN LA TIERRA, EN EL AIRE Y EN EL CIBERESPACIO CIUDADANÍA COMUNICACIONAL EN CONSTRUCCIÓN

1. Rádio Mulher: a Comunicação feminista nas ondas do rádio no Nordeste do Brasil	
<i>Ana Veloso, Hainer Farias</i>	3
2. La comunicación comunitaria, vigencia y olvido	
<i>Tito Hernández Hernández, Fernando Moreno Sánchez</i>	20
3. Propaladoras. Una alternativa comunitaria en San Pedro de Jujuy (Argentina)	
<i>Marcelo Andrés Brunet</i>	33
4. Projeto Dissonante: Comunicação Comunitária pela internet	
<i>Fernando Oliveira Paulino, Jairo Faria Guedes Coelho, Juliana Soares Mendes, Leyberson Lelis Pedrosa</i>	56
5. Piraí Wireless: uma experiência de Comunicação Comunitária via digital	
<i>Patrícia Gonçalves Saldanha</i>	67

6. Enrédate. Tecnologías Comunitarias. Réplica de un proyecto sobre apropiación de las TIC en sectores marginados <i>Blanca Chong López, Gabriela Aguilar Ramos, José Luz Ornelas López, José Alfredo Morales Pérez, Sindy de la Torre Pacheco</i>	82
7. Transformando el espacio público. El trabajo de una radio local religiosa en una comunidad urbana marginal <i>Dora Navarro</i>	94
8. A resistência sobre as resistências: uma análise do jornalismo impresso local a serviço da comunidade no interior do Brasil <i>Geder Parzianello</i>	109

PARTE II

LO COMUNITARIO EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICACIÓN, EN LA PRENSA Y EN LAS REDES DE COOPERACIÓN TEJIENDO CAMINOS DE RESISTENCIA Y CONQUISTA DE DERECHOS

1. El lugar de la comunicación comunitaria en las políticas de comunicación en Brasil <i>Cicilia M. Krobling Peruzzo</i>	123
2. Propuesta de un modelo de comunicación masiva para la construcción de ciudadanía en América Latina <i>Carlos A. Camacho Azurduy</i>	142
3. Televisión y minorías: modelos para la construcción de una participación democrática en México <i>Barbara Origlio</i>	164
4. La construcción de la comunicación comunitaria en la región del Sisal: una red tejida con fibra y resistencia <i>Gislene Moreira, Giovandro Marcus Ferreira</i>	181
5. Redes comunicativas para la construcción del desarrollo <i>César A. Rocha Torres, Elsy Y. Moreno P. Ibeth J. Molina M</i>	199
6. A construção de vínculos e coletivos em territórios digitais: o caso Recomsol - Rede de Comunicadores Solidários <i>Juciano de Sousa Lacerda</i>	214

PARTE III

LAS MÚLTIPLES INTERRELACIONES ENTRE COMUNICACIÓN, CULTURA Y CIUDADANÍA EXPERIENCIAS Y METODOLOGÍAS DE TRABAJO COMUNICACIONAL EMANCIPATORIO

1. Haciendo resonar las voces: escritura de cartas de lectores,
participación de las audiencias y comunicación para el cambio social
*Thomas Tufte, Aran Corrigan, Ylva Ekström,
Minou Fuglesang, Datus Rweyemamu* 243

2. “Pasolini en Medellín”: jóvenes, transferencia
de medios y esferas públicas locales
*Jair Vega Casanova, Mónica Pérez Marín,
Germán Arango Rendón, Camilo Pérez Quintero* 283

3. Gestión cultural y ciudadanía: el proyecto de los
libro clubes en la ciudad de México
Laura González Morales, Guilebaldo López López 301

4. Por uma estética da periferia da periferia: sobre modelos
não-metropolitanos de Comunicação alternativa
Ricardo Oliveira de Freitas 315

- Posfácio
César Bolaño 333

Prólogo

Jorge González

Un poco de memoria. De lo alternativo a lo comunitario

Hace 30 años la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) publicó una obra que recogía una gama de 15 trabajos de autores distintos, con diferentes orientaciones y matices, pero con el tema común de la comunicación *alternativa* y cambio social en América Latina (Simpson, 1980).

Esa fue una reflexión que me tomó al inicio de mi carrera académica en México y tenía un gran atractivo, pues se enfocaba precisamente en el centro del deseo: cambiar las condiciones de vida y de futuro para esta parte del mundo, en condiciones difíciles, pues estaban vigentes todavía muchas de las dictaduras que desde los años setenta se impusieron en diversos países.

Al mismo tiempo, esta actitud se proponía como una especie de repliegue frente a la conformación corporativa de enormes conglomerados de canales de televisión, radiodifusoras, periódicos, revistas. La batalla por *democratizar los medios* había sufrido reveses contundentes.

No quedaba más que hacer la lucha con los instrumentos que era posible adquirir y manejar de manera doméstica, como alternativa al proyecto de dominación y de sujeción concebido como común en todo el continente iberoamericano.

La carga moral de estas iniciativas llegaron a formar en algunas partes (especialmente en la UAM Xochimilco, donde comencé a trabajar en 1979) diseños curriculares para formar *estrategas* críticos de la comunicación, frente a los dóciles, pero bien capacitados *empleados* (guionistas, camarógrafos, reporteros, locutores, redactores, actores, editores, etc.) que requerían los grandes consorcios de amplísima difusión.

Sin embargo, desde esos tiempos, algo no me cuadraba con el adjetivo “alternativo”.

Yo venía de estudiar algunos procesos de comunicación con campesinos, primero en el teatro popular, las fiestas y las danzas (González, 1980) y después tratando de entender por qué una radiodifusora orientada hacia los campesinos, Radio Huayacocotla, después de más o menos cinco años de operar en la sierra de Veracruz, no alcanzaba el efecto deseado (González, 1981).

Entre la sorpresa y la desilusión los gestores de ese proyecto no acababan de entender por qué los pobladores de esas regiones rechazaban música, ritmos y letras de la nueva trova cubana o el folklore latinoamericano (llena de conciencia y valores antiimperialistas), y preferían las estaciones comerciales con música sin más pretensiones que vender muchos discos, considerados por los críticos como vehículos de la “ideología dominante”.

Al parecer no había más que dos opciones: si no eras alternativo, entonces eras enajenado, integrado al “sistema”. Pero no porque se autodenominara a sí misma “alternativa”, necesariamente lo era. En una veta más romántica, se pensaba también que era popular todo aquello que el pueblo hiciera y a eso se le agregaba que simplemente por “ser pueblo” tenía la razón histórica (era “alternativo”). Me temo que no pocas iniciativas de comunicación llamada “alternativa” se vieron limitadas, no solamente por los fines, sino especialmente por diagnósticos más bien morales que de *facto*.

Se deseaba operar una clase de ingenieros sociales, constructores de vínculos teórica y prácticamente orientados, como plantea con toda pertinencia la propuesta de comunicología de Jesús Galindo (2009: 41-ss), pero basados en diagnósticos informacionalmente pobres y en perspectivas conceptuales llenas de buenos deseos (políticamente correctos), pero teóricamente poco densas. Esta problemática nos empujaba a fondo sobre el tema de la relación social de *hegemonía*, entendida (y reducida) por muchos como la ideología de las clases dominantes que tenía como contraparte necesaria la *subalternidad* de los que aceptaban la dominación, no sólo política, sino intelectual.

Frente a estos extremos, convenía usar la palabra “otra” comunicación. Me explico. La hegemonía implica un proyecto político y social completo que consigue el consenso entre las clases aliadas y adversarias. Una clase social

es “subalterna” cuando el punto de referencia y valoración común de su vida social y simbólica es configurado (y a la vez aceptado pasiva o activamente) por *otros*, que dirigen la sociedad. Eso genera una *autodefinición heterodeterminada*, es decir, racimos de identidades procesadas por *otros* y aceptadas como “autodefiniciones”. El estado ideal de esta modalidad es la condición de ser explotado económicamente, dominado políticamente y subalterno simbólicamente. Sin embargo, preguntémosnos, ¿se puede continuar con las dos primeras condiciones, pero dejar de ser subalterno? La respuesta es sí. Pero dejar la subalternidad implica desocupar territorio simbólicamente ocupado (González, 2007: 202) no implica volverse por necesidad hegemónico. Es decir, se puede vivir en la otredad, pero no por ello llegar a diseñar una estrategia de hegemonía para el conjunto de la sociedad. Es ahí donde la comunicación “otra” adquiere importancia. Creo que faltaba lenguaje conceptual e instrumentos de estimación, exploración, descripción y de registro para hacer mejores análisis, menos maniqueos y más técnicos. Faltaba más oficio de investigación y más oficio de constructor. De repente, se perdía el estudio de la convergencia deseada (o indeseada) entre las instituciones y sus políticas públicas (sistema/orden) con la energía social que emana y nutre todas las posibilidades de relación y vinculación (enacción/desorden). Entre la parte sistémica y la parte enactiva de toda sociedad, *median* las redes, como configuradoras específicas de las relaciones sociales.

Hay redes *más institucionales*, con estructuras determinadas que aportan claridad y ordenamiento a la vida social y otras redes *más enactivas* que viven procesos de estructuración y desestructuración constantes (Galindo, 2006:137-147). Las primeras hacen posible la planeación, la gestión de presupuestos, financiamientos, evaluaciones, capacitación, la consolidación legítima y con ello la relativa continuidad. Las segundas, mediante el desarrollo permanente de la imaginación creativa y la comunicación, abren las posibilidades de relación y vinculación, casi en cualquier sentido. En estos dos tipos de redes se *forman* los usuarios y los públicos de las instituciones y, desde luego, los ciudadanos en el sentido más puro de la palabra y así, constituyen los espacios, las herramientas complejas y a partir de ellas y su capacidad de distribución, apuntalan la generación y diseminación en la vida cotidiana de las disposiciones necesarias para volverse *públicos* (Fossaert, 1983: 97-100).

Al menos parte de la comunicación comunitaria podría encuadrarse para su diagnóstico en estas coordenadas más cerca de la enacción que del sistema.

Ahí intervienen también las iniciativas directamente rebeldes (Downing, 2001) o también ligadas a los movimientos sociales (Peruzzo, 2004) y en particular con las tecnologías y las redes de comunicación (Cremona, 2008). Los museos, los centros digitales, los puntos de memoria, las radios, las televisoras, los periódicos, en tanto que instituciones, no son “populares” por efecto de su localización en zonas de pobreza, ni por su origen en sectores pobres, ni por sus contenidos, ni tampoco porque estén hechos *para* el pueblo. Son *populares* cuando el pueblo (ese conjunto de las clases subalternas e instrumentales de la sociedad) los *hace suyos* porque van de acuerdo *con su modo de ver el mundo y la vida* en contraposición con la cultura de las clases dominantes, nos decía Gramsci en sus *Quaderni del Carcere*, recuperado y desarrollado magistralmente por Cirese (1976).

Entonces entre lo comunitario y lo alternativo pueden armarse muchas posibilidades, todas ellas a explorar, pero pienso que sería necesario abordarlos con una visión menos romántica, más analítica y basada en procesos profundos de conocimiento con aspiraciones a volverse *autoconocimiento*.

Destaco ahora el conocimiento, en esta época de reorganización del sistema mundial, en la que parece ser el *elemento clave* para la generación de valor mediado por las rapidísimas tecnologías de conexión inmediata (De Souza, 2008). Sabemos que toda tecnología de información y de comunicación es **una tecnología de conocimiento**. Pero no se ha reparado lo suficiente en que al no reconocer ese tercer vector (el conocimiento) las nombradas TIC se convierten en formidables tecnologías de desconocimiento (González, 2008: 54).

Así, con el tiempo, dentro del campo académico de la comunicación en América Latina, hemos ido haciendo muchas descripciones de formas de comunicación a las que les hemos yuxtapuesto diferentes adjetivos (popular, alternativa, rebelde, subalterna), pero todavía sabemos muy poco de las estructuras que explican su especificidad y mucho menos de los procesos sociohistóricos que explican por qué son de ese modo y no de otro. De hecho, hace mucha falta mejorar el oficio de los estudios concretos, especialmente en la revisión de la literatura anterior, porque parece que los títulos se reinventan y redescubren décadas después, como si no hubiera pasado nada.

Ello ha sido la tónica de tantas y tantas descripciones que acumulan decenas y cientos de estudios en la región. Pero me parece que todavía el reto está

en la construcción de nuevos vínculos sociales contruidos de abajo hacia arriba y a los lados.

Ese es nuestro propósito al desarrollar y estudiar comunidades emergentes de conocimiento local: pequeños grupos autoorganizados para enfrentar problemas concretos mediante la creación autónoma de sus propios sistemas de información, de comunicación y organización y, desde luego, sus propios sistemas de conocimiento local. En la siguiente etapa, una vez constituidas varias de esas comunidades emergentes, apostamos por la conexión en redes de comunidades emergentes que comparten el mismo problema, pero no lo concebían como conectado con otros en similar condición (González, 2006: 157-177).

Dentro de este movimiento, al armar esta propuesta de desarrollo de la capacidad de autodeterminación inteligente con que semantizamos la cibercultura, siempre será bienvenido un libro como este que aporta el detalle en diversos países, y procesos con 335 referencias bibliográficas. Se antoja increíble que sólo una de ellas remita al citado libro de Simpson, una pocas más a la obra de Peruzzo y algunos otros autores más. Esto puede ser visto como una debilidad, pero también como una falencia generalizada en todo el campo. Sin embargo, ante la escasez de trabajo empírico documentado de esos procesos de *otra comunicación*, bienvenido este libro cuya lectura podría detonar reflexiones mejor fundadas, más aterrizadas y mejor ubicadas en problemáticas más densas que conduzcan no sólo a la descripción reiterada de lo popular, lo alternativo o lo resistente, sino a establecer una robusta teoría fundada de la comunicación en sociedad, con aplicaciones directas en procesos de comunicación social, material y simbólicamente diferente, no solo por sus deseos morales de cambio, sino por la robustez de sus diagnósticos integrados en procesos constructivos y reconstructivos de la relaciones sociales.

Este libro que proviene de un trabajo de recolección de artículos diversos apunta descriptivamente hacia allá, pero aporta pistas en la organización transnacional de los problemas que se deben confrontar. Tenemos que organizarnos para pasar de las pistas a las cartografías densas. Nos falta aún mucho camino para aprender a escuchar y, a partir de ello, a organizar un futuro más abierto, más ancho, más posible.

En esas andamos. Enhorabuena por la iniciativa de los coordinadores.

Referencias

- Cirese, A. (1976). *Intellettualli, folklore e istinto di classe*. Torino: Einaudi.
- Cremona, F. (Coord.) (2008). *Comunicación para el cambio social en América Latina: Prácticas de articulación entre movimientos sociales y redes de comunicación*. La Plata: EDULP.
- De Souza Silva, J. (2008). *La geopolítica del conocimiento y la gestión de procesos de innovación en la época histórica emergente*. En <http://pensardenuovo.org/accion-en-la-red/especiales/la-geopolitica-delconocimiento-y-la-gestion-de-procesos-de-innovacion-en-la-epoca-historicaemergente/>
- Downing, J. (2001). *Radical media. Rebellious communication and social movements*. London: Sage.
- Fossaert, R. (1983). *La société {6} Les structures idéologiques*. Paris: Du Seuil.
- Galindo, J. (2006). *Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada*. México: IMC-CONACULTA.
- Galindo, J. (2010). Video Hermosillo.
- Galindo, J., Karam, T. & Rizo M., (Coors.) (2009). *Comunicología en construcción*. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- González, J. A. (1980) *Dominación cultural, expresión artística y promoción popular*. México: Centro de Estudios Ecuménicos.
- González, J. A. (1981). Sociología de las culturas subalternas, *Cuadernos del TICOM, 11*, México: Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco.
- González, J. A. (2006). “Cibercultur@ y migración intercultural. Cinco trazos para un proyecto”. En *Comunicación, 4*, Sevilla, Universidad de Sevilla.
- González, J. A. (2007). *Entre cultura(s) y cibercultur@(s). Incursiones y otros derroteros no lineales*. La Plata: EDULP.
- González, J. A. (2008). “Digitalizados por decreto. Cibercultur@ o inclusión forzada en América Latina”, en *Estudios sobre las culturas contemporáneas, Época II, Vol. XIV, Núm. 27*, Universidad de Colima, México.
- Peruzzo, C. & Krohling, M. (2004). *Comunicação nos movimentos populares. A participação na construção da cidadania (3ªed.)*. Petrópolis: Vozes.
- Simpson, M. (1980). *Comunicación alternativa y cambio social en América Latina (Tomo I)*, México: UNAM.

Prefacio

Thomas Tufte y Jair Vega Casanova

En la academia internacional de las ciencias de los medios y de la comunicación y en los congresos internacionales de nuestros tiempos, sea AIERI, ICA, ECREA o el propio ALAIC, se puede notar una tendencia muy clara en la producción científica: existe un apasionante interés y fascinación por el potencial participativo que las nuevas tecnologías trae. Esto aparece como una actitud de celebración del potencial transformador de los nuevos medios y, a su vez, se articula con una proliferación de seminarios y talleres relacionados con investigaciones sobre e-gobernanza, empoderamiento digital y potencialidades tecnológicas para la transformación social. Sin embargo, lo que sigue ausente es una perspectiva crítica, contextualizada y comunitaria de las mismas apropiaciones de los medios con fines sociales, de obtención de justicia y equidad social. También hace falta comprender la complejidad de las interconexiones entre nuevos y 'viejos' medios, la co-evolución entre esta diversidad mediática. Tampoco se encuentran muchos estudios concretos sobre las políticas nacionales de comunicación que contribuyan a fortalecer medios y comunicación comunitaria. Es justo en esta dirección en la que esta publicación se sitúa.

Este libro surge de la producción científica de 4-5 años de encuentros en ALAIC, especialmente del grupo de trabajo 'Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía'. Es un libro que junta 16 textos, todos estudios de caso, representando 6 países latinoamericanos (Brasil, Perú, México, Argentina, Bolivia y Colombia) y un país africano (Tanzania). Los textos reflejan lo que está pasando en la realidad latinoamericana (y tanzaniana) en términos de expresiones comunicativas, movimientos sociales, principalmente comunitarios, y sus usos de los medios y de procesos comunicativos para la articulación de transformaciones sociales. De esta manera el libro incorpora una importante colección de reflexiones, análisis y críticas de casos concretos en los mencionados países.

Es importante también destacar que este proyecto editorial fue del interés y contó con el patrocinio de la Red Danesa de Investigación en Nuevos Pensamientos sobre Ciudadanía, Autoridad y Espacio Público en América Latina. Esta red colabora con universidades latinoamericanas en la formulación de proyectos comunes de investigación, y junto con su entidad asociada en Colombia, la Universidad del Norte en Barranquilla, decidió apoyar la publicación de este libro.

Esta es una colección de textos que ponen en evidencia lo complejo que es buscar la articulación de cambio social, justicia y equidad a través de los medios. Paraphraseando a Elihu Katz, diríamos que ‘el centro de los medios está fuera de los medios’; y, en este caso, a pesar de que los textos tratan de medios, son los procesos sociales y los cambios hacia un futuro mejor para los ciudadanos lo que justifica la relevancia del tipo de investigación representada en este libro.

Apresentação

Cicilia M. Krohling Peruzzo

Comunicação, cidadania, comunidade, cultura, rede, alternativo, televisão, cinema, protagonismo popular, consciência política, rádio, livro, mobilização, alto-falante, jornal, internet, transformação social e políticas públicas são algumas das palavras-chave que indicam o enfoque principal deste livro, que recebeu o título de “Trazos de una otra Comunicación en América Latina: practicas comunitárias, teorías y demandas sociales”. Nesta obra, é possível encontrar uma seleção de textos apresentados no Grupo de Trabalho “Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía”¹ durante os congressos da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) realizados em 2002, 2004, 2006 e 2008, atualizados pelos autores. Os eventos foram realizados, respectivamente, em Santa Cruz de la Sierra (Bolívia), La Plata-Buenos Aires (Argentina), São Leopoldo - Rio Grande do Sul (Brasil) e na Ciudad de México (México). Porém, os textos estão agrupados no livro por afinidade temática e não por ordem cronológica de apresentação.

A primeira parte “Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa no Chão, no Ar e no Ciberespaço: a Cidadania Comunicacional em Construção”, como o próprio título indica, procura dar conta de uma diversidade de expressões comunicativas que a população vem construindo. Em um momento da história da humanidade em que as atenções se voltam para os temas relacionados à chamada sociedade da informação ou do conhecimento, os povos não só adentram nesse universo com suas criações e propostas alternativas de Comunicação, como continuam a usar e a recriar as formas tradicionais de Comunicação. As bocas de alto-falante, a Comunicação face a face, os avisos pregados no ponto do ônibus, o rádio em frequência mo-

¹ O GT já foi denominado de “Comunicación Popular Participativa” e “Médios Comunitarios y Ciudadanía”.

dulada, o jornal e muitos outros instrumentos de Comunicação continuam vivos.

A temática começa pelo rádio, uma tecnologia bastante antiga, mas que incorpora de novo a voz da mulher oprimida do Nordeste brasileiro. Ana Veloso e Hainer Farias analisam o “Rádio Mulher: a Comunicação feminista nas ondas do rádio”. Apontam o processo de apropriação da tecnologia do rádio pelo movimento de mulheres da Zona da Mata Sul do estado de Pernambuco, região Nordeste do Brasil, na busca para superar o machismo e promover a cidadania feminina. O segundo texto, “La comunicación comunitaria, vigencia y olvido”, é de Tito Bonifácio Hernandez y Fernando Morne Sánchez. Eles estudam várias experiências de Comunicação comunitária no estado de Veracruz, México, e revelam que apesar da época atual ser marcada pelo advento da tecnologia digital, os meios tradicionais continuam sendo os principais canais de Comunicação em certas localidades.

Em seguida, entra Marcelo Andrés Brunet analisando as “Propaladoras: uma alternativa comunitária em San Pedro de Jujuy”, na Argentina. Trata-se de outra demonstração de que as tecnologias antigas continuam sendo importantes em razão das circunstâncias e cultura local. No caso estudado, a difusão de sinal de áudio é feita por cabos até bocas ou caixas acústicas instaladas em postes ou troncos de árvores. Mas, grupos organizados das classes subalternas, aos poucos e em diferentes lugares, também vão se apropriando das tecnologias de última geração para se comunicar. Três trabalhos tratam desse assunto. O primeiro, denominado “Projeto Dissonante: Comunicação Comunitária pela internet”, de Fernando Oliveira Paulino, Jairo Faria Guedes Coelho, Juliana Soares Mendes e Leyberson Lelis Pedrosa, apresenta experiências alternativas de rádio web (rádio online) e discute a potencialidade da internet na promoção do direito humano à Comunicação. Este trabalho se reporta a Brasília, capital da República do Brasil, e se realiza no contexto de atividades de ensino e de extensão universitária na perspectiva da Comunicação transformadora. O outro trabalho é de Patrícia Gonçalves Saldanha que tem como título “Piraf Wireless: uma experiência de Comunicação comunitária via digital” no Estado do Rio de Janeiro-RJ, também do Brasil. Ela analisa como as tecnologias da informação podem atuar como dispositivos de incremento da sociabilidade vinculativa, a partir do uso de um telecentro comunitário e do acesso universal às tecnologias digitais por diferentes segmentos da população, independente de grau de escolaridade. O terceiro texto sobre essa questão das tecnologias digitais é de Blanca Chong López, Gabriela Aguilar Ramos, José Luz Ornelas López,

José Alfredo Morales Pérez e Sindy de la Torre Pacheco, e nos leva de volta ao México, por meio de uma rede que envolve a Universidad de Colima, Universidade Autônoma de Coahuila e Universidad Autónoma de Nuevo Leon. Com o título “Enrédate. Tecnologías comunitárias. Réplica de un proyecto sobre apropiación de las TIC em sectores marginalizados”, os autores objetivam mostrar que as tecnologias da informação e Comunicação só contribuem efetivamente para o desenvolvimento quando se implementam políticas e programas que assegurem a igualdade de oportunidades de participação e quando a conectividade não se restringe máquinas e habilidades, mas também permita ampliar a capacidade das pessoas para buscar e aplicar conhecimentos.

Voltando a pisar na terra, porém, difundindo as idéias por meios das ondas do rádio, faz parte ainda da primeira seção mais uma experiência, analisada a partir do título “Transformando el espacio público: el trabajo de una radio religiosa en una comunidad urbana marginal”, em Lima, Peru, por Dora Navarro. A autora enfatiza as possibilidades que tem uma rádio alternativa ou cidadã para reforçar idéias de cidadania e transformar a esfera pública em um espaço crítico e deliberativo. Fechando a temática inicial, Geder Parzianello traz o jornal, não em si mesmo, mas pelo processo participativo e mobilizatório que pode incitar, como mecanismo capaz de contribuir para mudanças tanto na concepção de como se fazer um periódico local como no papel que pode desempenhar numa dada localidade. Ele relata uma experiência nesse sentido que acontece em São Borja-RS, na região Sul do Brasil, sob o título “Resistência sobre as resistências: uma análise do jornalismo impresso local a serviço da comunidade no interior do Brasil”.

A segunda parte denomina-se “O Comunitário nas Políticas Públicas de Comunicação, na Imprensa e em Redes de Cooperação: Tecendo Vias de Resistência e Conquista de Direitos”. É bem isso que os trabalhos desde capítulo refletem, ou seja, há um movimento por mudança em curso na América Latina que se expressa nas experiências e práticas sociais transformadoras efetivadas no Continente, conforme evidenciadas no primeiro capítulo, mas que aponta também para a necessidade de se recolocar a questão das políticas públicas de Comunicação e faz proposta para transformá-las de modo a que atendam as novas demandas da sociedade civil, ao mesmo tempo em que redes sociais se formam para fazer frente a dura realidade de segmentos da população empobrecidos e ampliar paulatinamente o exercício da cidadania.

Os textos que procuram dar conta dessas complexas questões são os seguintes. Em “El Lugar de la Comunicación comunitaria en las políticas de comunicación en Brasil”, é de minha autoria, no qual procuro situar brevemente a origem internacional da demanda por políticas nacionais democráticas de Comunicação – tendo por base o Brasil – e analisar a presença (melhor dizendo, a ausência) das propostas da Comunicação comunitária e alternativa nos debates sobre políticas de Comunicação no Brasil durante décadas. Ao final algumas indicações para a formulação de uma política para a área que contemple o setor comunitário em nível local são alinhavadas. Em seguida, Carlos A. Camacho Azurduy, da Bolívia, apresenta a “Propuesta de un modelo de comunicación masiva para la construcción de ciudadanía en América Latina”. Ancorado nos conceitos de cidadania, o autor constata ser impossível pensar a formação de uma cultura política cidadã à margem dos meios massivos de Comunicação e tece uma série de recomendações para que a mídia possa ajudar na construção na cidadania. Depois vem o texto de Barbara Origlio que discute como a mídia, especialmente a televisão, trata as “minorias” no e do México, mas avança apresentando propostas para uma nova abordagem televisiva a partir de demandas atualmente bem explícitas que a sociedade civil aponta para a mídia, como o próprio título do trabalho já indica: “Televisión y minorias: modelos para la construcción de una participación democrática en México”.

Deste país latino voltamos a outro, o Brasil, por meio da abordagem de Gislene Moreira e Giovandro M. Ferreira. Os autores analisam “La construcción de la comunicación comunitaria en la región del Sisal: una red tejida con fibra y resistencia”. Trata-se de um estudo que tem como patamar uma realidade das mais pobres da região Nordeste do país, Sisal, e mostra como as pessoas vão se organizando em movimentos sociais e encontrando saídas tendo a Comunicação comunitária como fator importante de desenvolvimento sustentável. O texto bem que poderia estar na primeira parte, mas o colocamos nesta segunda para ressaltar a idéia de rede enquanto processo de articulação social e enquanto força criativa e aglutinadora de resistências e vontades de transformar a realidade como algo já em curso no país. Do Brasil, o leitor pode dar um pulo a Bogotá, Colômbia, para saber como andam as “Redes comunicativas para la construcción del desarrollo”, por meio da análise de César A. Rocha Torres, Elsy Y. Moreno P. e Ibeth J. Molina M. Concluem os autores que as redes comunicativas são um espaço de construção de marcos de interpretação sobre a realidade e de construção de significados compartilhados por diversos atores com a finalidade de produzir equidades sociais e políticas. A temática se complementa

mostrando um trabalho de autoria de Juciano de Sousa Lacerda sobre “A construção de vínculos e coletivos em territórios digitais: o caso Recomsol-Rede de Comunicadores Solidários à Criança”. Trata de um outro tipo de rede constituída tendo como um dos seus objetivos interferir concretamente no tipo de cobertura que a grande mídia faz dos temas relativos à criança, presente em cerca de três dezenas de estados brasileiros. O autor analisa a Comunicação entre os membros da rede por meio da lista de discussão “Comunicalist”, no ambiente digital, para entender suas táticas, estratégias de Comunicação, usos e apropriações desencadeados e como desenvolvem e fortalecem os sentidos de pertencimento ao grupo.

A terceira e última parte, “As Múltiplas Inter-relações entre Comunicação, Cultura e Cidadania: Experiências e Metodologias de Trabalho Comunicacional Emancipatório” trata de temas muito complexos e necessariamente multirelacionados. Como nas temáticas anteriores, em parte dos textos tecem-se teorias sobre práticas inovadoras de Comunicação, porém, nesta parte do livro a ênfase é na questão cultural. Parte-se do pressuposto de que a transformação social implica na tomada de consciência da capacidade de cada um para desconstruir visões e ideologias sobre as coisas que nos dizem respeito e sobre o mundo, assimiladas ao longo da vida, e é claro construir novas percepções e capacidades intelectuais. O primeiro trabalho é de Thomas Tufte, um dinamarquês com o coração preenchido em um terço de espírito latino e outro tanto de africano, com o texto “Ampliando las Vozes: Escritura de cartas, participación de audiencias y comunicación para el cambio social”. O texto é co-escrito junto com Aran Corrigan, Ylva Ekstrøm, Minou Fuglesang e Datus Rweyemamu. Junto, eles levam o leitor e a leitora até o continente africano, Tanzânia, quase como um convite a um olhar para além das fronteiras entre países, e mesmo entre continentes, pois instiga a se perceber que manifestações em prol de uma Comunicação que contribua para fortalecer o direito à vida com equidade social se constroem em qualquer parte do mundo, onde quer que ela esteja ameaçada. Thomas estuda a participação de leitores nas revistas de Edu-entretenimento voltadas para o combate a AIDS/VIH/SIDA produzidas pelo Projeto de Informação para a saúde FEMINA e oferece um marco conceitual desde o tema da Comunicação para a mudança de conduta a uma Comunicação para a transformação social. Entre as conclusões, aponta que a Comunicação para a transformação social enriquece o diálogo e o pensamento crítico e estimula processos sinérgicos e dialógicos entre ação e reflexão. Portanto, uma análise que ultrapassa as fronteiras da América Latina, mas que trata de um tema de interesse universal, o que o torna bem vindo neste livro.

O segundo texto da temática três começa com um instigante título: “Pasolini en Medellín: jóvenes, transferencia de medios y esferas públicas locales” e é assinado por Jair Vega Casanova, Mónica Pérez Marín, Germán Arango Rendón e Camilo Pérez Quintero. É isso mesmo, novos jovens “Pasolinis”, muitos deles, percorrem as ruas da grande cidade colombiana fazendo da experiência do aprendizado de fazer cinema uma vivência de novos antropólogos visuais que se detêm no seu cotidiano e descobrem os próprios imaginários culturais e os reelaboram em novas posturas nas esferas públicas locais. Da Colômbia voltamos ao Brasil, especificamente à região Nordeste, a mais pobre do país, e ao estado da Bahia. Quem nos leva a esse percurso é Ricardo Oliveira de Freitas com o trabalho “Por uma estética da periferia da periferia: sobre modelos não-metropolitanos de Comunicação alternativa”. O autor analisa como as representações do que é considerado periférico na mídia são transformadas quando grupos das classes subalternas constroem suas mídias alternativas. O Cineclube Caravelas, no interior da Bahia, é um ator coletivo que incentiva e propicia novas produções em vídeo que interpretam as relações sociais com o olhar da própria periferia. Elaboram novos modos de ver a própria condição numa perspectiva contra-hegemônica visando interferir nas políticas públicas e culturais para a inclusão social e cidadania.

Do audiovisual passa-se ao livro, com o trabalho “Gestión cultural y ciudadanía: el proyecto de los Libro Clubes en la Ciudad de México”, apresentado por Laura González Morales e Guilebaldo López López. O livro e a leitura são outras pontas do processo de configuração da cidadania. O *Proyecto Libro Club* é analisado neste texto com o objetivo de evidenciar a relação existente entre a construção da cidadania, o gestor e a gestão cultural. Concluem os autores que como direito universal, a leitura é um tipo de conhecimento e um saber que proporciona prestígio e poder. Os livros clubes respondem a uma necessidade de formação de uma cultura cidadã. Por meio dela as pessoas ampliam a compreensão acerca do mundo. Ou como dizem os autores, por meio das atividades dos clubes de livros os grupos organizados podem expandir os direitos para a defesa de sua autonomia, promover ações coletivas, colaborar com propostas a partir das demandas e práticas e formando novos públicos consumidores e fazedores da cultura de um país.

Este livro traz uma breve demonstração da riqueza criativa e do sentido profundo de compromisso com a transformação da sociedade por parte de um incontável número de movimentos sociais e outros grupos organizados das classes subalternas espalhados pela América Latina e no mundo, cujo

trabalho é também voltado para segmentos delas, mas que em suas diferenças tem algo muito palpável em comum: a busca da justiça e da equidade social. No conjunto, esses trabalhos ajudam a evidenciar que os ideais das lutas populares e das práticas de Comunicação das últimas décadas do século XX não morreram. Pelo contrário, em alguns casos eles permanecem, em outros estão sendo recriados. Essa passagem histórica, aliás, fica como sugestão de abordagem, quem sabe, num outro empreendimento do GT Comunicación Popular, Alternativa e Comunitária — além de outros GTs da ALAIC que também se aproximam dessa temática —, tamanha sua importância e carência atual desta temática de estudo.

A viabilidade de publicação desta coletânea adveio da parceria de uma série de instituições e, acima de tudo, de pessoas: os autores, que pesquisaram e apresentaram seus textos no Grupo de Trabalho Comunicación Popular, Alternativa e Comunitária, da ALAIC; os co-organizadores da obra, que viabilizaram apoio de suas instituições; os prefaciadores, que participam da obra por acreditarem na premência dessa outra Comunicação; e os que editaram e revisaram os textos, especialmente Camila Escudero, que participou de forma voluntária desse empreendimento. Uma soma de colaborações e um trabalho final, o qual esperamos seja de boa qualidade e que possa contribuir para o avanço da Comunicação cidadã em nossa querida América Latina.

Parte I

**Comunicación popular, comunitaria y alternativa
en la tierra, en el aire y en el ciberespacio**
Ciudadanía comunicacional en construcción

**Comunicação popular, comunitária e alternativa
no chão, no ar e no ciberespaço**
Cidadania comunicacional em construção

Rádio Mulher: A comunicação feminista nas ondas do rádio no Nordeste do Brasil

Ana Veloso¹
Hainer Farias²



RESUMO

O trabalho resgata a apropriação tecnológica do rádio pelas mulheres organizadas da Zona da Mata Sul do Estado de Pernambuco, no Brasil. Põe em relevo as estratégias utilizadas na produção colaborativa do programa Rádio Mulher, veiculado diariamente por meio de duas rádios para mais de 70 municípios situados em estados do Nordeste do país. O diferencial da proposta está no entendimento de que a Comunicação deve ser realizada pela comunidade. Dessa forma, o processo comunicativo é conduzido pelas mulheres com vistas à garantia dos direitos coletivos, ao fortalecimento da sociedade civil da região e à ascensão do movimento feminista ao *status* de sujeito político na esfera pública midiática.

Palavras-chave: Comunicação. Direitos Humanos. Feminismo. Indústrias Culturais. Rádio.

¹ Ana Maria da Conceição Veloso é jornalista, mestra em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), professora do curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Empreendedora Social Ashoka e colaboradora da ONG Feminista Centro das Mulheres do Cabo, localizada em Pernambuco, Brasil. E-mail: anamveloso@terra.com.br.

² Hainer Bezerra de Farias é jornalista, mestrando em Educação Matemática e Tecnológica pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), especialista em Marketing e Propaganda pela Faculdade de Mercado Amplo (FAMA), localizada em Pernambuco, Brasil. E-mail: hainerfarias@ig.com.br.

A ZONA DA MATA SUL DE PERNAMBUCO

A microrregião da Mata Sul é permeada por conflitos de natureza econômica, política e social. Neste campo de batalha, diversos sujeitos coletivos disputam a hegemonia. Entre eles, as mulheres organizadas. Elas emergem, a partir dos anos 1990, como uma força capaz de provocar rachaduras na sólida construção do patriarcado em meio ao contexto histórico, econômico e político de uma região marcada pela secular cultura canavieira advinda da ocupação das terras brasileiras pelos portugueses ainda no século XVI, onde mais de 500 mil habitantes sobrevivem precariamente ao longo das últimas décadas.

A intervenção das mulheres, como sujeito político a partir da década de noventa, colabora com a desconstrução da desigualdade entre os sexos, baseada na imposição de um sistema de valores e princípios que coloca a mulher em condição de subalternidade diante da sociedade. Um dos espaços de resistência apropriado pelos grupos feministas para o exercício da liderança nesse cenário é a Articulação de Entidades da Mata Sul (AEZM). Trata-se de um fórum onde diversas organizações e movimentos sociais interagem no controle social de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento sustentável da região.

Para além das iniciativas do Estado em soerguer a economia local, através da implementação de políticas de estruturação social como o Proálcool³ e o Promata⁴, e das compensatórias como Programa de Erradicação do Tra-

³ Estudos sobre a viabilidade do programa Proálcool indicam que ele agravou os problemas sociais e da produção rural em Pernambuco, caracterizando-se como um modelo excludente e gerador de miséria e doença. Isso aconteceu porque os usineiros ampliaram as áreas de plantação de cana, proibiram a cultura de subsistência e expulsaram das terras a mão-de-obra excedente.

⁴ O Programa de Apoio ao Desenvolvimento Sustentável a Zona da Mata de Pernambuco - PROMATA tem como finalidade principal apoiar o desenvolvimento sustentável da Mesorregião da Mata de Pernambuco (definida pelo IBGE e composta por 43 municípios pernambucanos), tendo por base o conceito de desenvolvimento territorial integrado. Integra o conjunto de ações do Governo de Pernambuco para promover o desenvolvimento local dos diversos municípios do Estado e suas respectivas regiões de desenvolvimento (RD).

balho Infantil (PETI)⁵ e Bolsa-Família⁶, a Zona da Mata continua tendo a monocultura canavieira como base de sustentação da vida política e econômica. Um modelo insustentável, que vem atravessando uma prolongada crise⁷. Suas cidades são verdadeiros bolsões de pobreza. Uma parte da população empregada trabalha no comércio informal e na prestação de serviços para órgãos públicos e outra sobrevive do corte e da moagem da cana de açúcar nos engenhos.

Nas últimas décadas, o movimento de luta pela terra e uma parcela significativa de trabalhadores/as rurais passaram a viver em áreas de ocupação e assentamento, sem recursos e assistência técnica. Nesses espaços, a diversificação de culturas aparece com muita força. Devemos destacar o investimento desses movimentos de camponeses na agroecologia e na produção de sementes, um contraponto ao agronegócio hegemônico pela produção de açúcar e álcool. Todavia, os salários ainda são baixos e as precárias condições de emprego, em algumas situações, se assemelham as do escravo.

Esse cenário contribui para perpetuação da miséria e das desigualdades de gênero, classe, raça/etnia, geração, credo e orientação sexual, aprofundadas pela forte presença de fundamentalistas⁸ religiosos que têm como expressão maior, as igrejas cristãs. O fenômeno, que, no passado era representado pela

⁵ O PETI – Programa para Prevenção e Eliminação da Exploração do Trabalho Infantil criado pela Resolução do Conselho de Ministros nº 37/2004 de 20 de Março sucede ao Plano para Eliminação da Exploração do Trabalho Infantil (PEETI) como uma estrutura de projeto a funcionar na dependência do Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social, e desenvolve, entre outras medidas, o Programa de Integrado de Educação e Formação – PIEF (despacho conjunto n.º 948/2003).

⁶ O Programa Bolsa Família (PBF) é um programa de transferência direta de renda com condicionalidades, que beneficia famílias em situação de pobreza (com renda mensal por pessoa de R\$ 60,01 a R\$ 120,00) e extrema pobreza (com renda mensal por pessoa de até R\$ 60,00), de acordo com a Lei 10.836, de 09 de janeiro de 2004 e o Decreto nº 5.749, de 11 de abril de 2006.

⁷ Apesar da crise, um levantamento da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) identificou que, nas safras de 2003/2004, a produção da cana-de-açúcar significou 52% do Produto Interno Bruto (PIB) agropecuário do Estado.

⁸ A Articulação Feminista Mercosul define fundamentalismo religioso, político, econômico, científico ou cultural. O fundamentalismo é sempre político e prospera em sociedades que negam a humanidade na sua diversidade e legitimam mecanismos violentos de sujeição de um grupo a outro, de uma pessoa a outra. Essencialmente excludentes e belicosos, os fundamentalistas minam a edificação de um projeto de humanidade no qual todas as pessoas tenham direito a ter direitos, sacrificando – com requintes maiores de perversidade – a vida das mulheres.

aliança da igreja católica com os senhores da terra, atualmente é reproduzido através da proliferação de várias matizes evangélicas. Tais seitas utilizam, prioritariamente, na Mata Sul, a sublocação de espaços nas emissoras privadas de rádio para massificar sua ideologia junto à população.

O MOVIMENTO DE MULHERES NO RÁDIO: EVOLUÇÃO HISTÓRICA NA MATA SUL

A liberdade da mídia não passa de uma extensão da liberdade coletiva de expressão, um dos fundamentos da democracia. Enquanto tal, não pode ser confiscada por um grupo de poderosos. Além do mais, ela implica uma “responsabilidade social” e, conseqüentemente, seu exercício deve permanecer, em última instância, sob o controle responsável da sociedade. (Ramonet, 2003).

Integrante da Rede de Mulheres no Rádio⁹, o Centro das Mulheres do Cabo (CMC)¹⁰ entendeu, ainda em 1997, que o movimento feminista¹¹ necessitava se apropriar do veículo rádio como mídia imediata para o estabelecimento de uma Comunicação direta com vistas à desconstrução do machismo e do patriarcado na Zona da Mata Sul. A entidade necessitava travar uma relação democrática com a população de uma área geográfica onde, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), quase 60% das mulheres eram analfabetas em 1995.

Com base nessas informações, os grupos de mulheres de Água Preta, Joaquim Nabuco, Catende, Palmares e o Centro das Mulheres do Cabo realizaram, entre 1995 e 1997, cinco oficinas, envolvendo 60 mulheres dessas cidades. Os encontros originaram um plano de Comunicação com foco no rádio, cujo objetivo era estimular a troca de informações entre as militan-

⁹ Articulação que reunia comunicadoras de todo o Brasil e que, desde 2007 é denominada de Rede de Mulheres em Comunicação.

¹⁰ ONG localizada há 24 anos no município do Cabo de Santo Agostinho, Pernambuco, Brasil, com a missão de “construir a igualdade de gênero e o direito de cidadania das mulheres”.

¹¹ Movimento que toma maior fôlego a partir dos anos 60, o feminismo trouxe à tona discussões em torno da vida doméstica e política, instigando as mulheres a ocupar o espaço público e as convocando a dar visibilidade para suas reivindicações. Nasce, para a pesquisadora Jane Mansbridge (*apud* Castells, 1999), o que viria a se tornar um “movimento criado de forma discursiva”, mas que não fixou sua ação apenas na argumentação política. (Veloso, 2005. p. 76.)

tes dos movimentos sociais e a divulgação dos seus direitos para sociedade local. O projeto foi apresentado à Fundação MacArthur - agência de cooperação internacional com sede em Chicago, nos EUA - que aprovou a iniciativa. Dessa forma, o Rádio Mulher foi ao ar, pela primeira vez, em março de 1997, por meio de uma parceria com os Sindicatos de Trabalhadores (as) Rurais. A veiculação inicial ocorreu aos sábados, das 19 às 19:30h, pela Rádio Cultura de Palmares (AM).

Vale salientar que tanto o dia como o horário, não eram adequados para a audiência das mulheres que aproveitavam o dia para ir às igrejas e para acompanhar a programação da televisão que exibe novelas diárias das 18 às 22h. Portanto, as organizações de mulheres aprenderam que o horário da manhã era o mais apropriado para a audiência feminina. Dessa forma a mudança do horário levou o Rádio Mulher a ganhar mais força e audiência.

Nessa fase (1997/1998), o programa era produzido por três jornalistas contratadas pelo Centro das Mulheres do Cabo e tinha a produção de novelas radiofônicas sobre temas relativos aos direitos reprodutivos e direitos sexuais como maior atrativo para o público. Ao mesmo tempo, as jovens do movimento estavam sendo qualificadas para assumir a condução do processo. Elas participavam de oficinas de Comunicação, divulgavam o programa nas comunidades e coletavam informações junto ao público para subsidiar a produção. Com o programa, as mulheres romperam com a dominação técnica e política que os homens tinham dos meios de Comunicação na região.

A partir do segundo ano (1998), o Rádio Mulher passou a ser veiculado ao vivo, sob o comando de uma mulher do grupo de Água Preta. Foi quando a produção ganhou fôlego com a entrada de seis jovens qualificadas após um ano de oficinas de produção, no cotidiano do programa. Essa formatação permaneceu até meados de 1999, momento em que uma avaliação indicou a necessidade de mudança na locução. A saída foi convocar uma comunicadora comunitária para assumir esse lugar.

A mudança não foi compreendida de forma tranquila pelas mulheres organizadas, uma vez que a transição não foi negociada com todos os grupos. Algumas militantes alegaram que o processo não foi negociado com todas as organizações. Mais uma lição aprendida: qualquer alteração na estrutura e equipe de produção, a partir de então, tem sido discutida com o coletivo, uma vez que o projeto tem sido apropriado como um importante pólo aglutinador das forças feministas da região.

Atualmente, o programa tem uma produtora da Associação de Mulheres de Água Preta e uma produtora/locutora do Centro de Mulheres de Joaquim Nabuco, ambas contratadas pelo Centro das Mulheres do Cabo com recursos oriundos da parceria com a Fundação Ford¹². Ao contrário do que ocorreu no final dos anos de 1990, tanto a estrutura técnica do Rádio Mulher, quanto o desempenho das funções pelas profissionais vem recebendo total apoio dos grupos de mulheres tanto do Cabo de Santo Agostinho, quanto da Zona da Mata Sul.

Com base nessas informações, entendemos que tais ações estabelecem conexões com o pensamento de Martín-Barbero, ao resgatar a importância do veículo:

O rádio fala basicamente seu idioma —a oralidade não é mera ressaca do analfabetismo, nem o sentimento é subproduto da vida para os pobres— e pode assim servir de ponte entre a racionalidade expressivo-simbólica e informativo-instrumental, pode ser e é algo além de mero espaço de sublimação: aquele meio que, para as classes populares, “está preenchendo o vazio deixado pelos aparelhos tradicionais na construção de sentido” (Martín - Barbero, 1997, p.315).

A iniciativa consiste no resgate do rádio como aliado na divulgação do feminismo para as populações mais desinformadas, atingindo, principalmente, as mulheres que moram em áreas rurais e regiões ribeirinhas. Trata-se de uma tentativa de apropriação emancipatória do veículo, o que contraria o curso da acumulação dos espaços na radiodifusão pelos concessionários brasileiros. A relação cada vez mais desvirtuada entre Estado e empresários originou a formação dos gigantes da mídia no mundo, e fundamentou a prevalência de interesses privados sobre bens que deveriam ser públicos.

Tal concentração da mídia contraria, ainda, a Constituição Federal de 1988, que, no artigo 220, parágrafo 5º, enuncia: “Os meios de Comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”. Um exemplo do descumprimento da Carta Magna é a propriedade

¹² Fundação americana vinculada ao grupo de empresas Ford, que financia projetos sociais de ONGs da América Latina.

privada de canais de TV, emissoras de rádio e jornais por famílias¹³ que dominam a Comunicação no Brasil.

Para o Cemina¹⁴, o formato do rádio facilita a inserção das mulheres, uma vez que junta oralidade com tecnologia e abre possibilidades de, dependendo do uso, democratizar a transmissão e facilitar a interação e a recepção, por meio da troca de informações por ondas eletromagnéticas, em diversas frequências.

O rádio é um meio particularmente adequado para tal, na medida em que utiliza uma tecnologia de baixos custos de produção e distribuição. Como é um meio auditivo, não exclui os que não sabem ler nem escrever, sendo transmitido frequentemente nas línguas locais da comunidade. Por essas razões, o rádio tem penetrado no mundo, mesmo nas áreas mais remotas e continua a ser o veículo de maior audiência no Brasil (Cemina, 2002, p.25).

A CONQUISTA DA ESFERA PÚBLICA

Conquistar espaço na sociedade ainda é um desafio diário para as líderes da Zona da Mata Sul. Se no início dos anos de 1990 elas estavam se engajando nos movimentos sociais, hoje descobriram novas formas de militância. Mais de onze anos depois das primeiras iniciativas de organização das mulheres, a presença delas na vida pública da região é incontestável: estão assentadas em praticamente todas as articulações sociais da localidade.

Isso acontece porque o movimento enxerga os lugares de representação¹⁵ como fundamentais para a impressão da marca feminina nas políticas públicas municipais. No entanto, ocupar tais espaços pode ocasionar dupla carga de ativismo para as mulheres, visto que elas, por vezes, precisam abrir

¹³ Nos anos 1990, cerca de nove grupos de empresas familiares controlavam a grande mídia nacional no Brasil. As famílias eram Abravanel (SBT), Bloch (Manchete), Civita (Editora Abril), Frias (*Folha de S. Paulo*), Levy (*Gazeta Mercantil*), Marinho (Organizações Globo), Mesquita (*O Estado de S. Paulo*), Nascimento Brito (*Jornal do Brasil*) e Saad (Rede Bandeirantes). Hoje, esse número está reduzido a cinco. As famílias Bloch, Levy, Nascimento Brito e Mesquita já não exercem mais o controle sobre seus antigos veículos.

¹⁴ Disponível em: <http://amora.rits.org.br/cemina/html/subcapII6.html>. Acesso em: 19 mar. 2005.

¹⁵ Identificamos um considerável número de conselhos municipais de vários setores e em todos os municípios da Zona da Mata Sul. A instalação de conselhos de saúde, por exemplo, foi um pré-requisito à implantação de programas governamentais.

mão da sua vida pessoal para cumprir os compromissos políticos. Ao que parece, a descoberta do real sentido de “ser mulher” e da necessidade de expandir os conhecimentos para outras companheiras não veio acompanhada de reflexões acerca da energia que elas precisariam investir para se legitimarem como sujeito político na sociedade.

Ao mesmo tempo em que avançam em locais de representação política (conselhos, fóruns e demais instâncias de controle social), vivenciam os conflitos de gênero, antes restritos à esfera privada, e que passam a ocorrer também nos espaços públicos. A presença feminina incomoda e provoca reações machistas de antigos parceiros de luta no enfrentamento da pobreza e das opressões de classe, mostrando que boa parte dos movimentos e dos partidos situados no campo da esquerda ainda não incorporaram a igualdade entre homens e mulheres em sua prática política. Não obstante, a saída das mulheres do espaço doméstico e o seu acesso à esfera política contribuíram com a desnaturalização das desigualdades a que estiveram sujeitadas por séculos de patriarcado.

E é nesse ponto que Ávila (2001) chama atenção para a importância de analisar o patriarcado em meio ao momento histórico em que ele se apresenta, também problematizando acerca dos mecanismos utilizados para a sua reprodução:

É necessário, também, desmitificar a visão sobre o patriarcado, muitas vezes tomado como algo ancestral e perdido no tempo, uma memória quase lendária, ou como algo que se exerce da mesma maneira, perenemente, a despeito dos contextos sociais e históricos. Portanto, ahistóricos [sic] [...]. Reconhecer a existência desse sistema de dominação, e fazer conhecer os mecanismos de sua reprodução em qualquer medida que isso ainda aconteça é uma importante contribuição do feminismo para a democratização da vida social. Não levar em conta a questão do patriarcado coloca, por outro lado, um limite na concepção e nas estratégias de luta por igualdade (Ávila, 2001, pp. 32/33).

Para além da superação do patriarcado, a inclusão das mulheres organizadas nos conselhos e fóruns sobrecarregou-as de trabalho não remunerado, o que contrasta com a precária situação financeira delas e dos familiares. Apesar disso, encontramos muitas líderes representando seu grupo em vários conselhos municipais e/ou associações. Junto com o trabalho formal, elas têm que se ocupar do serviço doméstico, do qual não conseguiram se libertar, e também atuam no monitoramento das políticas públicas.

Outro aspecto a ser observado é que a entrada das ativistas nessas arenas teve o propósito de tirar a população feminina da invisibilidade, ao conferir voz ativa e uma posição de fala para as mulheres nos debates acerca das políticas de igualdade que deveriam ser implementadas na Mata Sul. No entanto, nem sempre isso tem ocorrido. Notamos que os grupos têm influenciado algumas decisões, mas ainda enfrentam dificuldades para conquistar a direção dos movimentos sociais. Não tem sido fácil, para as mulheres da região, o convívio social em meio à dicotomia entre o público e o privado, principalmente porque o confinamento delas ao ambiente doméstico alimenta a subordinação, ocultando suas aspirações sociais, que são interditas e não aparecem na arena pública. Johnson compreende que as relações de poder podem contribuir para que temas de interesse social caiam no esquecimento.

Existem, naturalmente, profundas diferenças em termos de acesso à esfera pública. Muitas das preocupações sociais não ganham absolutamente qualquer publicidade. Não se trata simplesmente de que elas continuem privadas, mas de que elas são ativamente privatizadas, mantidas no nível do privado (Johnson, 1999, p. 49).

Expor idéias e opiniões, exercendo sua liderança na sociedade ainda é um grande desafio para as mulheres. No entanto, é cada vez maior a participação delas no poder. Isso exige, em contrapartida, maior habilidade para difundir o discurso. Notamos que as feministas estão procurando dar maior visibilidade às proposições políticas que lançam na sociedade. Isso nos leva a concluir que o movimento vem internalizando alguns aspectos convergentes com o pensamento de Fraser *apud* Moreras:

As esferas públicas não são só arenas para a formação da opinião discursiva, além disso, elas são arenas para a formação e o desempenho de identidades sociais [...]. Participar significa ser capaz de falar “em sua própria voz”, assim, simultaneamente, construindo e expressando a própria identidade cultural através do idioma e do estilo (Frazer *apud* Moreras, 2000, p. 89).

AUDIÊNCIA DO RÁDIO MULHER

O programa ocupa o terceiro lugar na preferência de ouvintes locais, de acordo com a pesquisa realizada pela empresa Promarketing, em 2002, e é veiculado de segunda a sexta-feira, das 11 horas ao meio-dia, pelos 90,7 MHz da Rádio Farol FM, localizada em Catende. A emissora atinge cerca de 200 mil ouvintes de 70 municípios das Matas Sul, do Norte de Pernam-

buco, do litoral sul de Alagoas e parte do estado da Paraíba. Sob a coordenação de uma jornalista contratada pelo CMC, ele vem sendo realizado, desde 1997, por mulheres organizadas na região. Elas ocupam um duplo papel social: são produtoras e dirigentes das organizações autônomas de mulheres.

Outro dado importante é que, desde janeiro de 2005, o programa também é levado ao ar das 8 às 9h, pelos 98,5 MHz da emissora comunitária Calheta FM, situada no Cabo de Santo Agostinho. A estratégia demonstra que o movimento feminista pernambucano não está satisfeito, apenas, com a conquista de espaço na mídia comercial e vem investindo na participação feminina nas rádios comunitárias.

Ao longo dos seus doze anos, a condução do Rádio Mulher vem dando nítidos sinais de estímulo ao envolvimento direto das ouvintes em sua produção. O programa dispõe de um conselho composto por dez representantes de organizações de mulheres de Palmares, Joaquim Nabuco, Água Preta e Catende. A articulação tem a missão de analisar os conteúdos apresentados, a linguagem e o formato. As conselheiras representam a voz e a opinião do público e coletam sugestões e críticas em suas comunidades.

Além de informar a população sobre os cuidados com a saúde, o programa convoca a audiência para o exercício do controle social das políticas públicas. São recorrentes, na sua linha editorial, assuntos como participação política feminina, cidadania, direitos reprodutivos e direitos sexuais e o enfrentamento da violência doméstica e sexual. Dessa forma, reflete as tramas sociais que permeiam o acesso das mulheres ao poder, difunde suas conquistas e as principais reivindicações pelas ondas sonoras. É de dentro dessa caixa de ressonância das lutas femininas e de mediação social que falam as líderes de um movimento que vem incentivando as mulheres a ocupar seu lugar no mundo público. Trata-se, ainda, de uma maneira de romper com o estigma de que o ambiente doméstico deve ser o único espaço de expressão delas, como colabora Mohammadi (*apud* Portugal & Torres, 1996, p.21):

Los medios de comunicación contribuyen a definir la importancia de los temas sociales y políticos cruciales del momento, a poder de relieve los problemas sociales y políticos, a centrar la atención en las expresiones y perspectivas femeninas. Los medios de comunicación pueden promover los debates sobre el desarrollo y los derechos humanos incluyendo (o no) los derechos de las mujeres y la posición de las mujeres en la sociedad.

METODOLOGIA

O método usado na produção compreende a assimilação dos conteúdos e a discussão da linguagem educativa que deve ser usada para mobilizar o público e convidá-lo a interagir com os princípios do feminismo. As pautas são discutidas nas reuniões mensais do Conselho de Programação, quando as participantes analisam os temas de interesse coletivo e dialogam acerca da apresentação dos mesmos, linguagem e fontes. A partir daí, as produtoras marcam as entrevistas e elaboram os roteiros que serão levados ao ar.

A montagem dos programas leva em consideração, ainda, a coleta de notícias geradas pelo movimento feminista. As comunicadoras recorrem aos sites e aos informativos locais e nacionais, acessando, diariamente, reportagens veiculadas em jornais e revistas, notas publicadas em colunas e editoriais. Há ainda, a produção de notícias com base nas pautas e sugestões de entrevista enviadas pelos grupos de mulheres e movimentos sociais ao e-mail do programa, ou via fax. Além disso, a agenda da AEZM, dos sindicatos de trabalhadores/as rurais e demais atores sociais da região é constantemente divulgada.

Dessa forma o Rádio Mulher adquiriu o formato de uma revista eletrônica: apresenta músicas, debates, entrevistas gravadas e ao vivo, resumo das principais notícias e fatos ocorridos no Estado e no Brasil. A parceria com a Rede de Mulheres em Comunicação propicia a troca de reportagens gravadas sobre as campanhas e ações políticas do movimento feminista de todo o país e a produção elabora *spot's* com conteúdos voltados à mobilização das mulheres em defesa de uma agenda afirmativa para garantia dos seus direitos.

Tudo que vai ao ar é sugerido, avaliado, monitorado e criticado pelo Conselho de Programação, composto por dez líderes de organizações locais de mulheres. Elas participam ativamente das instâncias de controle social e canalizam os debates para o rádio. Atuando como porta-vozes das lutas sociais de instâncias do cenário local, ajudam o Rádio Mulher a abrir os microfones para a sociedade civil organizada. É assim que o programa estimula debates públicos e a apropriação do rádio como meio de Comunicação e, não apenas, de informação.

RESULTADOS DA EXPERIÊNCIA

“Quando eu fui convidada para fazer o programa Rádio Mulher, eu senti muito medo, as pernas tremiam. Até então, eu só sabia obedecer ao marido. A minha vida era sem conhecimento, isolada. Descobri isso nesse projeto. Como eu morava na zona rural, as pessoas me chamavam de bicho do mato, porque quando eu via uma pessoa estranha eu me escondia. A partir do programa, a minha vida mudou. Mesmo sem saber direito eu colocava a vida das mulheres da zona rural, porque eu sabia que o rádio ia levar aquela informação e muitas pessoas iam ouvir”. (Cícera Souza, integrante da Associação das Mulheres de Água Preta e produtora do Rádio Mulher entre 1997 e 2007).

Alguns dos resultados conquistados pelo projeto Rádio Mulher em seus primeiros doze anos de existência:

- A compreensão do rádio como um espaço legítimo para amplificação da fala pública das mulheres;
- A veiculação de informações qualificadas no campo dos direitos humanos;
- A aproximação entre o feminismo, o movimento de mulheres e a sociedade local;
- A desmistificação da parte técnica do veículo e a apropriação das tecnologias da Comunicação e informação;
- A abertura de um espaço público para a fala política das mulheres e demais movimentos sociais;
- A contribuição com a desconstrução cultural de sistemas e valores que legitimam o patriarcado e o machismo no cotidiano das ouvintes;
- A produção centrada na prestação de um serviço de utilidade pública;
- A certeza de que é possível, para as mulheres, construir um projeto feminista em um meio de Comunicação;
- O programa tornou-se um catalisador da agenda do movimento de mulheres e feminista ao ser organizado pelas mulheres e ao retroalimentar as organizações;

- O programa fortalece a adesão da comunidade à causa das mulheres, ampliando o leque de alianças das organizações que estão à frente da sua elaboração;
- O Rádio Mulher é considerado o programa de maior qualidade e uma verdadeira ação educativa, tendo em vista que os/as ouvintes acompanham as edições para aprender e para se informar;
- O programa colabora com a desconstrução da imagem negativa do jornalismo sensacionalista que impera nos meios de Comunicação da região.

APRENDIZAGEM

“Hoje, percebemos que as mulheres não só participam do Rádio Mulher, mas de outros espaços de rádio em outras emissoras sem medo de falar o que pensam, enfrentando todos os desafios e confrontando as divergências”. (Eliane Nascimento, apresentadora e produtora do Rádio Mulher).

O Rádio Mulher, no decorrer de sua história, atravessou momentos de dificuldades financeiras para a continuidade, uma vez que corresponde a uma intervenção comunicativa ancorada em projetos apoiados por organizações da cooperação internacional. Com essa perspectiva, os grupos de mulheres elencam as seguintes lições sobre o processo:

- A necessidade de consolidação de estratégias para a sustentabilidade financeira do programa, por meio da elaboração de um plano de mobilização de recursos junto a possíveis patrocinadores (empresas privadas e outros) cuja identidade esteja em sintonia com a missão do projeto.
- A existência do Conselho de Programação também contribui com a ampliação do diálogo no interior do movimento de mulheres da região em torno das táticas usadas pelas diversas entidades que o compõe.
- Há o entendimento de que a sustentabilidade política de projetos feministas e a desconstrução das desigualdades de gênero é tarefa de um sujeito coletivo que precisa cada vez mais interagir com a sociedade, utilizando uma Comunicação posicionada e que não pode se restringir ao espaço do Rádio Mulher, mas deve ocupar todas as mídias.

- Entender o Rádio Mulher como uma ação social sustentável politicamente e exitosa tecnicamente pressupõe reconhecer que a ação faz parte do público e é reeditada por ele. Desde os temas, até a forma de apresentar e de discutir o cotidiano com a população, o programa optou por valorizar o saber local, a oralidade e a tradição da população.
- Ao lançar luzes para assuntos antes restritos ao âmbito doméstico como os direitos sexuais e reprodutivos das mulheres, de modo simples e, ao mesmo tempo, provocativo, o programa conseguiu envolver a audiência em suas discussões.
- O sucesso se deve à opção política em transformar o projeto em uma ação de controle social em Comunicação que canaliza, também, a intervenção política da sociedade organizada em fóruns e redes que ajudam a tecer uma nova sociedade na Zona da Mata Sul.
- As conquistas são fruto da crescente organização das mulheres, da opção pelo rádio como uma mídia cidadã e da sua utilização como método para difundir os direitos humanos das mulheres na região.
- O programa foi idealizado como uma estratégia que, com a continuidade da sua execução, divulgação e compartilhamento da ação, poderia ser incorporada pelo movimento de mulheres para contribuir com a divulgação de informações qualificadas sobre os direitos reprodutivos e direitos sexuais femininos.
- O Rádio Mulher colaborou com a melhoria da qualidade de vida das mulheres da região, que passaram a usar as informações acerca dos seus direitos sexuais e reprodutivos para, por exemplo, passar a fazer regularmente o exame preventivo de câncer de colo uterino, negociar o uso da camisinha com o companheiro, realizar o pré-natal, acessar métodos contraceptivos e fazer seu planejamento familiar e, finalmente, exigir, do Estado, a implementação de programas de saúde.
- O programa colabora, diretamente, com a existência de meios de vida sustentáveis para todas as mulheres.
- O Rádio Mulher se constitui em um projeto feminista que fortalece o controle social das políticas públicas e mobiliza os sujeitos coletivos da região para a denúncia pública das violações aos direitos humanos, também realizadas pelos meios de Comunicação.
- A efetivação da proposta pressupõe a participação ativa e autônoma de mulheres em diversos campos da produção dessa Comunicação, contribuindo com a construção de argumentos para a defesa do

projeto feminista de transformação da sociedade e sua expressão por meio da fala pública das mulheres.

- A proposta atingiu patamar não planejado de audiência e a adesão, inclusive, de ouvintes do sexo masculino.
- O programa tem interação com as líderes das organizações de mulheres em instâncias de controle social.
- Portanto, a decisão de tirar as mulheres da Zona da Mata da subalternidade, também no campo público, e a inserção delas na cena política local, retroalimenta o programa e vice-versa.

CONCLUSÕES

Constatamos que o Rádio Mulher reconhece as possibilidades de emancipação política e social do seu público, estimulando o senso crítico, principalmente das mulheres, acerca da realidade de exploração da sua imagem pela própria mídia. Com essa perspectiva, ultrapassa a meta de cumprir a função social do rádio. O ineditismo da iniciativa também repousa na prática constante dos princípios feministas em todas as etapas da sua elaboração: horizontalidade; participação; transparência; ética; liberdade; autonomia e autodeterminação. A construção da autonomia feminina passa pelo exercício do direito à informação, pela possibilidade concreta das mulheres poderem dizer a sua palavra. Passa, ainda, pelo descortinamento das técnicas que envolvem as práticas de Comunicação hegemônicas e pelo reconhecimento da importância da participação feminina nos processos comunicacionais.

Constata-se que o programa pauta as demandas do seu público, trazidas pelas conselheiras que participam de modo igualitário do espaço e atuam no “controle social” do conteúdo. Dessa forma, o Rádio Mulher não se rende aos modelos das indústrias culturais, que apresentam temas e músicas para um público que, supostamente narcotizado, transforma-se em mero “consumidor” de modismos e *jingles* publicitários. Nesse sentido, as mulheres passam de meras coadjuvantes para protagonistas. Assim, assumem uma posição hegemônica na Comunicação.

Portanto, a intervenção apresenta lições tanto em relação à técnica de produção e sua aprendizagem pelas mulheres organizadas, quanto no tocante às negociações, articulações e consolidação de um projeto coletivo feminista na região. Notamos que, ao longo dos doze anos de existência, o Rádio Mu-

lher também contribuiu para desmistificar os preconceitos contra o feminismo, prática política incorporada ao cotidiano dos grupos, movimentos e mulheres que atuam diretamente na construção de um projeto de sociedade com igualdade e justiça social.

É preciso, porém, ressaltar que as dificuldades ao longo dos anos se constituíram em oportunidades de diálogo, superação, amadurecimento político do próprio movimento sobre uma ação feminista realmente transformadora. Uma intervenção que vem provocando impacto e mudanças importantes no contexto local, para que as ativistas da Zona da Mata possam, como sujeito político:

- Ter voz reconhecida na cena política aberta pelos meios de Comunicação;
- Construir estratégias políticas para enfrentar o machismo e o patriarcado por meio do fortalecimento individual e coletivo nas comunidades e no próprio movimento;
- Contribuir com o estabelecimento de relações sociais baseadas na equidade entre homens e mulheres;
- Promover mudanças significativas na vida de todas as mulheres, principalmente por meio da apropriação e reedição de conhecimentos acerca dos direitos humanos e do cuidado com a saúde sexual e reprodutiva.

REFERÊNCIAS

- Ávila, M. B. et al. (2001). *Textos e imagens do feminismo: mulheres construindo a igualdade*. Recife: SOS Corpo.
- Cemina (2002). *Irradiando juventude nas ondas comunitárias*. Rio de Janeiro: Cemina.
- Cemina (1998). *Fazendo gênero no rádio*. Rio de Janeiro: Cemina.
- CONSTITUIÇÃO FEDERAL (1988). Governo Federal. Brasília.
- Fraser, N. (2001). In: Moreras, A. *Globalidade negativa e regionalismo crítico. A exaustão da diferença. A política dos estudos culturais latino-americanos*. Belo Horizonte: UFMG, p. 89.
- Johnson, R. (1999). In: Silva, T. (Org). *O que é, afinal, Estudos Culturais?* Belo Horizonte: Autêntica, p. 9-131.
- Martín-Barbero, J. (1997). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ.

- Mohammadi, A. (1996). Comunicación y desarrollo: un vínculo necesario. *In: Portugal, A.; Torres. Por todos los medios: comunicación e género*. Santiago, Chile: Isis Internacional, p. 17-35.
- Ramonet, I. (2003). *O quinto poder*. Disponível em: <http://diploma.uol.com.br/2003-10,a764>. Acesso em: 10 jul. 2007.
- UNESCO. (1998). *Un solo mundo, voces múltiples: comunicación e información en nuestro tiempo*. (2 ed.). Barcelona: UNESCO.
- Veloso, A. (2005). O fenômeno Rádio Mulher: Comunicação e Gênero nas Ondas do Rádio. Dissertação de Mestrado em Comunicação. Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).
- Sobre o Promata: http://www.promata.pe.gov.br/internas/programa/visao_geral.asp, Acesso em: 18 abr. 2008.
- Sobre o Bolsa Família: http://www.mds.gov.br/bolsafamilia/o_programa_bolsa_familia/o-que-e/, Acesso em: 18 abr. 2008.

La comunicación comunitaria: vigencia y olvido

Tito Hernández Hernández¹
Fernando Moreno Sánchez²



RESUMEN

El estado de Veracruz cuenta con ricas y abundantes expresiones de comunicación comunitaria. Sin embargo, las instituciones locales de educación superior del ramo comunicacional no contemplan, en sus planes de estudio y en sus líneas de investigación, el análisis de los fenómenos comunicativos comunitarios. Al respecto, Beltrán (2005) plantea que las diversas comunidades, para transmitir a las subsiguientes generaciones sus costumbres, tradiciones y su herencia social, utilizan una gran variedad de sistemas y medios comunicacionales que existen desde mucho antes de la irrupción de las modernas tecnologías de la información.

Asimismo, Beltrán (2005) y Calvelo (2008) señalan que el estudio de los sistemas y medios tradicionales de comunicación es fundamental en la medida en que toda estrategia comunicativa que pretenda impulsar el desarrollo económico de las localidades agrarias, tiene que incorporar los sistemas populares de comunicación de estas e integrar los medios autóctonos con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

La investigación que da origen a este documento tuvo como propósito conocer la forma en que se manifiestan, en el territorio veracruzano, los sistemas y medios de comunicación tradicionales antes mencionados, así como fundamentar la necesidad

¹ Maestría en Comunicación. Profesor de la Universidad Veracruzana, México.
tico195203@yahoo.com.mx; tico195203@yahoo.com.mx

² Maestría en Comunicación. Profesor de la Universidad Veracruzana, México.
fernandomorenos@hotmail.com

de prestarle mayor importancia a la enseñanza y la investigación de la comunicación comunitaria.

Palabras clave: Comunicación comunitaria; sistemas y medios tradicionales de comunicación.

COMUNICACIÓN Y COMUNIDAD RURAL

Por causa de la brecha digital o la tradición de los pueblos, o ambas cosas, los sistemas y los medios tradicionales de comunicación persisten en diversas comunidades de México, tal es el caso de algunas colectividades rurales del estado de Veracruz.

Luis Ramiro Beltrán (2005), en la década de los setenta, plantea la importancia de los sistemas y medios de comunicación autóctonos, los cuales estudia mediante la aplicación del concepto *folkcomunicacionales*; a través de este se analiza la cultura popular, las formas comunicacionales de los pueblos y la comunicación de masas. Estos elementos vistos en conjunto, de acuerdo con Beltrán, dan origen a procesos folkcomunicacionales.

Al tomar como referencia el planteamiento anterior, se procedió a realizar esta investigación para estudiar la forma en que se manifiesta, en el territorio veracruzano, la situación descrita por Beltrán. Para ello, se delimita el objeto de estudio en tres aspectos:

Territorialmente. El estudio se circunscribe a la zona rural porque en los grupos sociales de esta, se preserva en diferentes magnitudes una de las principales características de la vida comunitaria: la cooperación y la ayuda mutua. Estos rasgos son claves en las manifestaciones de comunicación comunitaria; en las concentraciones urbanas, mientras más grandes sean, menor es la vida en comunidad y por lo tanto las expresiones de comunicación tradicional.

Metodológicamente. El análisis se centra en los sistemas y medios tradicionales que utilizan las personas de la zona agraria para comunicarse.

La práctica comunicacional. La investigación estudia el tamaño de las manifestaciones de comunicación comunitaria, frente a la importancia que le presta la enseñanza y la investigación de la comunicación en las instituciones de educación superior de Veracruz.

EXPRESIONES DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA EN EL ESTADO DE VERACRUZ

Para conocer las expresiones de comunicación comunitaria que existen en el territorio veracruzano, se estudiaron seis comunidades rurales (seleccionadas a criterio de los investigadores), las que constituyen un primer acercamiento o trabajo exploratorio que tiene como propósito indagar un mayor número de comunidades, hasta llegar a conformar un mosaico estatal de sistemas y medios de comunicación tradicional. Los resultados obtenidos en esta primera parte son los siguientes:

LAS VIGAS

El municipio de las Vigas de Ramírez se encuentra en la zona centro de Veracruz y dista a 20 minutos de Xalapa (capital del Estado). Es una comunidad que conserva las costumbres propias de una sociedad tradicional del medio rural.

La iglesia de Las Vigas juega un papel primordial en las prácticas comunicacionales de esta población; en este contexto resalta el rol que tienen las campanas de la parroquia como medio de comunicación. El toque de estas no solo es para llamar a misa, sino para dar a conocer decesos de personas importantes de la localidad y sobre todo como señal de alerta.

Las campanas se convirtieron en señal de alarma para la población a raíz de un incendio de gran magnitud que se registró en los bosques del lugar en 1996. En esa ocasión, cuentan los lugareños, el sacerdote, ante la gravedad del asunto, tomó la iniciativa y convocó mediante el repique de los bronces a la población para que se concentrara en la iglesia para organizar brigadas que combatieran el fuego.

Esta acción permitió contener el incendio hasta la llegada de los bomberos de la ciudad de Xalapa, quienes finalmente sofocaron las llamas. A partir de este hecho quedó grabado en la memoria colectiva que un llamado inusual de las campanas, como ha sucedido, es un mensaje que anuncia una emergencia (incendios, derrumbes y accidentes) que demanda la participación de la comunidad.

La gente sabe que los toques pausados son llamados a misa, al rosario o por honras fúnebres; y los toques incesantes son señal de alarma.

EL CHICO

La localidad de El Chico, perteneciente al municipio de Emiliano Zapata, Veracruz, es un lugar cercano a la capital: Xalapa. Su población es de 2.174 habitantes (II Censo de Población y Vivienda 2005, INEGI).

El medio que utiliza la población para comunicarse entre sí es un equipo de sonido, el cual tiene su historia: hace más de 25 años el párroco del lugar decidió colocar una bocina en una de las torres de la iglesia, con el fin de informar a la feligresía sobre los horarios en que se oficiaría la misa, así como los días de doctrina para los aspirantes a hacer la primera comunión y sobre las pláticas a las que tienen que asistir los padres y padrinos de un niño que va a bautizarse o las parejas que contraerán matrimonio.

Como el aparato de sonido resultó ser un medio eficaz, la población solicitó al sacerdote que se les permitiera transmitir todo tipo de mensajes y así fue que se empezó a informar, a través de este, sobre cuestiones como: que en casa de Marta venden tamales, que hoy don Juan no hizo pan y que la tienda de Foncho permanecerá cerrada tal día, entre otros.

Como la solicitud de anuncios iba en aumento, el padre decidió cobrar por cada mención que no fuera referente a la iglesia y estableció horarios específicos para anunciar ese tipo de encargos.

Las restricciones establecidas por la iglesia, dieron pauta a que el señor Lorenzo Jiménez, habitante del lugar, tomara la iniciativa de sacar sus ahorros para comprar un equipo de sonido e instalarlo en su domicilio; de esta manera, la bocina colocada en el techo de su casa se convirtió, al transcurrir el tiempo, en un sistema de comunicación comunitaria. Esto en función de que la población tiene acceso a este medio sin ninguna limitación.

Prueba de que es un medio de la población y para la población es el testimonio de don Lorenzo quien comenta:

“Doy los anuncios que la gente me pide, y cuando no hay nada, pongo música para alegrar a la gente. Yo trabajo en el campo y allá me estoy todo el

día pero aquí se quedan mis hijos y mi señora; si la gente llega a dejar un recado lo anotan y ya en la tardecita que yo llego inmediatamente lo digo. Si hay algún velorio o en la noche fallece alguien, no importa la hora, me vienen a tocar y ya saben que prendo el micrófono y doy el aviso. Y ya lo que la gente me quiera dar, cinco o diez pesos a veces yo no cobro, lo hago por ayudar y porque me gusta ser útil al pueblo”.

En la actualidad, el aparato de sonido de don Lorenzo es imprescindible para los lugareños en la medida en que a través de este se mantienen informados sobre los diferentes sucesos de la población; además, ayuda a mantener el espíritu de cooperación y ayuda mutua, rasgos característicos de las comunidades tradicionales. Esto se refleja en el tipo de mensajes que se transmiten, los cuales van desde enterarse de la defunción de un miembro de la comunidad, que uno de los proveedores (el panadero o el tendero) del pueblo no prestará sus servicios tal día, hasta que una persona necesita donadores de sangre.

EL MANGAL

El Mangal, microlocalidad perteneciente al municipio de Medellín, se localiza a 15 kilómetros del Puerto de Veracruz.

La comunicación y el intercambio de información que se registra entre los habitantes de esta población se da a través de tres sitios: la tienda principal, la parada de autobuses y la escuela.

Como la tienda es el lugar de abastecimiento de la localidad, los pobladores acuden frecuentemente a ella, razón por la que se ha convertido en un espacio de comunicación. Esto se corrobora al observar que a la entrada del establecimiento hay una especie de tablero de avisos donde han colocado una serie de comunicados informando que en la casa de la señora Brenda se dará una demostración de productos de peltre, que próximamente se realizará un baile popular en algún lugar cercano y que una brigada de la Secretaría de Salud y Asistencia impartirá a las mujeres de la comunidad una plática sobre las enfermedades femeninas, entre otros avisos.

En tiempos de procesos electorales el tablero de la tienda también sirve de escaparate político; al respecto se pudieron observar carteles propagandísti-

cos que anunciaban la visita de un candidato, que ofrecía a los asistentes el obsequio de útiles escolares para cada hijo que tuvieran.

La parada del autobús es otro de los lugares utilizados para pegar anuncios o carteles. Aquí se ven propuestas de candidatos, anuncios de bailes populares y promocionales de productos o servicios locales.

Como la escuela primaria de la comunidad es un lugar frecuentado por las madres de familia, se convierte en el espacio más importante de comunicación en la medida en que aquí tienen lugar dos situaciones: la primera corresponde a las instalaciones de la escuela, donde se exponen una serie de avisos; varios de ellos coinciden con los que se exhiben en la tienda. La segunda ocurre mientras las madres esperan la salida de sus hijos: interactúan entre sí, las mujeres platican sobre la información que contienen los avisos o la transmiten a quien no la ha visto porque viven lejos de los lugares donde se muestra. En este lugar, las progenitoras se ponen de acuerdo para acudir a las demostraciones de las que dan cuenta los avisos o a las pláticas que ofrecen las instituciones gubernamentales.

JÁLTIPAN DE MORELOS

El municipio de Jáltipan de Morelos se localiza al sur de Veracruz, cerca de Minatitlán (7 kilómetros). La cabecera municipal cuenta con 32,698 habitantes (II Censo de Población y Vivienda 2005, INEGI).

A pesar del tamaño de la población, las prácticas comunicacionales son principalmente alternativas, porque es una sociedad rural y no resulta rentable mantener una empresa mediática (periódico, radio y TV) local. Por tal motivo, el principal medio de comunicación es el perifoneo. Dicho perifoneo está a cargo del ayuntamiento y de un microempresario.

A partir de la actual administración, el gobierno municipal decidió adoptar como principal medio de difusión y propaganda un vehículo dotado con un equipo de sonido; este recorre las calles de todo el pueblo difundiendo las actividades del alcalde, las obras realizadas, la inauguración de instalaciones, campañas de salud, convocatorias a reuniones informativas, invitación a ferias y eventos culturales, entre otras. Este, sin lugar a dudas, es un medio popular de comunicación, salvo que al estar en manos de las autoridades municipales los mensajes que se emiten están mediados, lo que

se corrobora en tiempos electorales, cuando toda esta información se utiliza con fines políticos.

El señor Federico García Antonio fue quien inició desde hace más de cuarenta años la práctica del perifoneo en este poblado. El señor García inicia su microempresa con un triciclo y un megáfono mediante el cual anunciaba desde ofrecimientos de empleo, hasta los decesos que ocurrían.

En la actualidad don Federico cuenta con un automotor equipado con consola y bocinas, con el que recorre todas las calles del poblado, pregonando anuncios pagados de todo tipo acerca de personas que fallecen, eventos sociales y culturales, ofertas de trabajo, promociones de restaurantes, eventos religiosos y algunos de labor social.

El perifoneo público y privado, antes descrito, es el que mantiene a la población informada acerca de los acontecimientos locales.

LAGUNILLA

Lagunilla es un pequeño poblado enclavado en una zona serrana que se encuentra a 30 minutos de la ciudad de Córdoba, Veracruz. Las manifestaciones de comunicación comunitaria que aquí se observan son las siguientes:

La comunidad tiene instituido que cada miércoles los hombres se reúnen en la casa del agente municipal para tratar todos los asuntos que conciernen a la población; al finalizar la junta, esta se transforma en una tertulia en la que interactúan los pobladores en pequeños grupos, separados los hombres de las mujeres, estableciéndose de esta manera un flujo de comunicación que versa sobre la problemática y temas de la vida cotidiana de la localidad. Para esto las señoras llevan antojitos y café que comparten mientras dialogan sus preocupaciones.

Otro sitio de comunicación, principalmente para las mujeres, lo constituyen la escuela primaria y el jardín de niños de esta población, donde se observa a las madres a la hora de entrada y salida de sus hijos de la escuela, platicando sobre la vida diaria y lo que sucede en su comunidad.

Una expresión de comunicación comunitaria, por demás interesante, que se ve en Lagunilla es el medio y los tipos de mensajes que utilizan para ofrecer

algún producto o servicio, tal es el caso representado por un vendedor de elotes y esquites, quien en un triciclo recorre las calles de todo el pueblo ofreciendo los granos de elote. Dicho triciclo está circundado por diversos anuncios comerciales que ofrecen un bien o un servicio. Tres de los que llamaron más nuestra atención dicen:

“Vendo estufa ¡¡buenecita!! Y barata, MABE, APROVECHE, informes con doña Toña Gómez”.

“Se vende chilatole y mole casero sábados y domingos a 15 y 20 la medida. Toque en casa de Luisa Hernández”.

“Se está organizando un viaje a Juquilita, \$400 ida y vuelta, informes con la señora Rodríguez, junto a la tienda La Estrellita”.

Otro aspecto interesante de Lagunilla es la coexistencia de manifestaciones de comunicación comunitaria como las antes descritas, con situaciones como las siguientes:

Durante la visita a este lugar se vio a varios jóvenes escuchando música en inglés de artistas como Madonna, Britney Spears, Gwen Stephany, Gorilaz; al preguntarles por las razones de esas preferencias musicales, respondieron que el hermano de uno de los que estaban escuchando estas canciones trabaja en Los Ángeles (Estados Unidos) y él es quién se los envía.

Aunado a lo anterior, fue notoria la presencia de diversos grupos de jóvenes que se encontraban reunidos en algunos locales que ofrecen en renta el juego electrónico XBOX. Las preferencias por la música y los juegos electrónicos norteamericanos son, sin duda, revelaciones de aculturamiento que se están presentando en todo el territorio nacional, producto de la elevada inmigración de mexicanos hacia Estados Unidos.

TETLAXCO

Tetlaxco es una localidad del municipio de Coscomatepec; se encuentra ubicada en las faldas del pico de Orizaba y cuenta con una población de 2.500 habitantes (II Censo de Población y Vivienda 2005, INEGI). Las prácticas comunicacionales tradicionales que más se utilizan en Tetlaxco

son la información-comunicación a través del perifoneo, de sitios o espacios de comunicación y mediante heraldos o mensajeros.

Perifoneo. El perifoneo se da mediante dos bocinas: una, que está colocada en la azotea del salón ejidal y que es operada por el agente municipal. Aquí se transmiten mensajes relacionados con las juntas semanales de la comunidad, la problemática local y sobre los programas gubernamentales, así como la entrega de los beneficios de los mismos. Otra, localizada en el domicilio donde está la caseta telefónica de larga distancia, es utilizada por el encargado de proporcionar este servicio para anunciarles a las personas que tienen alguna llamada, la que por lo regular es de un familiar que tienen en los Estados Unidos.

Sitios o espacios de comunicación. La iglesia, la escuela y el salón ejidal son espacios importantes a través de los cuales los lugareños se informan y comunican. En cada uno de estos hay una especie de tablero de avisos donde se colocan recados, convocatorias a reuniones comunales y el rol de trabajos comunitarios; allí se anota el nombre de la persona y la tarea que le toca realizar. Ejemplo: “A Juan Pérez le toca limpiar el salón ejidal el día jueves”; “Pedro Martínez tiene que chapear la cancha deportiva el sábado” y “Jesús Hernández le corresponde lavar los baños de la parroquia”, entre otros. Después de leer los avisos, las personas que coinciden en el momento, intercambian opiniones y conversan sobre lo cotidiano.

La iglesia, la escuela y el salón ejidal, además de servir como medio de información, también son sitios donde interactúan los tetlaxqueños en la medida en que, en ciertas horas del día, se reúnen los pobladores en pequeños grupos para conversar.

Heraldos o mensajeros. La comunidad utiliza heraldos o mensajeros como un complemento de los flujos de comunicación que se generan mediante los avisos que se exhiben en la iglesia, la escuela y el salón ejidal. Una persona de la comunidad está comisionada para recorrer las casas de los destinatarios de los recados o las comisiones para, de viva voz, enterarlos de las mismas; de esta manera se cerciora que el mensaje llegue a su destino, lo que a su vez asegura que la comisión se cumpla.

Las prácticas comunicacionales de las localidades antes relacionadas constituyen una pequeña muestra de la comunicación comunitaria que existe, sin duda, en todas las zonas rurales de Veracruz y de la República mexicana,

toda vez que de acuerdo con Beltrán (2002), las diversas comunidades, para transmitir a las subsiguientes generaciones sus costumbres, tradiciones y su herencia social, utilizan una gran variedad de sistemas y medios comunicacionales que existen desde mucho antes de la irrupción de las modernas tecnologías de la información.

Como los medios tradicionales tienen sus raíces en la cultura local, nadie queda indiferente ante el mensaje. Forman parte del mundo familiar de los campesinos y usan un lenguaje comprensible a todos, hasta el último proverbio, analogía o símbolo. Hacen comprensibles conceptos no familiares y superan la barrera del analfabetismo (FAO, 2007: 15).

El estudio de los sistemas y medios tradicionales de comunicación es fundamental para que los comunicólogos participen en el avance comunitario, tal es el caso de Luis Ramiro Beltrán (2005) y Manuel Calvelo Ríos (2008), quienes proponen una comunicación participativa para impulsar el desarrollo económico de las localidades agrarias, y una de las bases de la misma es la incorporación de los sistemas populares de comunicación de las colectividades y la integración de los medios autóctonos con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Lo anterior muestra la importancia que tiene la comunicación comunitaria. Sin embargo, la enseñanza y la investigación de la comunicación en México la tienen en el olvido.

LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA EN MÉXICO

La poca importancia que se le presta a la enseñanza y la investigación de la comunicación comunitaria se observa, en el primer caso, en las seis áreas de formación que predominan en los planes de estudio de las diferentes facultades de comunicación, como son: Medios de comunicación (periodismo); Mercadotecnia y publicidad; Relaciones públicas; Comunicación organizacional; Producción audiovisual; y Tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a la empresa.

En el segundo, las líneas de investigación que prevalecen en los centros de investigación de las aludidas facultades y en ciertas asociaciones de investigadores son: Estudios de periodismo; Medios y mediaciones; Nuevas

tecnologías de la información y la comunicación; Comunicación política; Estudios de recepción, discurso, semiótica y lenguaje; Comunicación integral de las organizaciones; Internet; Cibercultura; e Industrias culturales, entre otros. Estos señalamientos se fundamentan con mayor amplitud en la ponencia titulada: “El cambio social y la práctica de la comunicación alternativa. Su poca relevancia en México”, presentada en el XX Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación celebrado en Monterrey, N.L. (Hernández: 2008).

El predominio de las áreas de formación y de las líneas de investigación antes expuestas, así como la riqueza de manifestaciones de comunicación tradicional reseñadas en la primera parte de este trabajo, permiten plantear que en México impera un enfoque urbano en la enseñanza y la investigación de la comunicación, lo que conlleva a un divorcio entre la realidad social y estas, lo cual resulta paradójico, sobre todo en el caso concreto del estado de Veracruz (que cuenta con ricas y abundantes expresiones de comunicación comunitaria) y su facultad de comunicación (Universidad Veracruzana) rodeada de comunidades rurales, cuyas necesidades comunicacionales no son tomadas en consideración por esta, en la medida en que su plan de estudios carece de un área de conocimiento que analice exhaustivamente la comunicación tradicional, hecho que se repite en sus líneas de investigación. Las escuelas de comunicación particulares que existen en Veracruz (10), debido a su fin de lucro, están enfocadas a satisfacer las necesidades del mercado, mas no las de la sociedad.

Sin embargo, dada la importancia de las diferentes manifestaciones de la comunicación alternativa se realizan acciones parainstitucionales, como la presente, con la intención de avanzar en la constitución, en esta facultad, de un mayor espacio para el análisis de estos fenómenos.

En este contexto, la mesa de trabajo denominada “Comunicación popular, comunitaria y ciudadanía”, en la cual se presenta esta investigación, además de ser un lugar importante para debatir estos temas, sirve de impulso para poner en la agenda de la discusión la relevancia de los mismos.

BIBLIOGRAFIA

Asociación de Comunicadores Sociales. (1994). *Entre públicos y ciudadanos*. Perú: Calandria.

- Barre, R. (1975). *El desarrollo económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Batten, R. (1996). *Las comunidades y su desarrollo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Beltrán, L. (2002). Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo. Documento presentado al III Congreso Panamericano, Argentina.
- Beltrán, L. (2002, junio) El nuevo orden internacional de la información. El sueño en la nevera. *Chasqui* 70.
- Beltrán, L. (2005). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Una evaluación sucinta al Cabo de cuarenta años. Orbicom.
- Beltrán, L. (2005). Un momento latinoamericano del Informe MacBride: sigue en pie el catecismo de utopías. *Quaderns del CAC*. XXV Aniversario del Informe MacBride, en *Comunicación y Sociedad*, 12.
- Beneyto, J. (1979). *Alternativas populares a las comunicaciones de masas*. España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Hernández, T. (2008). El cambio social y la práctica de la comunicación alternativa. Su poca relevancia en México. México: Ponencia XX Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación celebrado en Monterrey, N.L.
- Kaplún, M. (1987). *El comunicador popular*. México: Humanitas
- Kottac, C. (1999). *La cultura y el desarrollo económico*. Madrid: Paidós.
- Marquês de Melo, J. Morais, C. & Gobbi, M. (2006). *Regionalização Midiática: Estudos de Comunicação para o Desenvolvimento Regional*. Brasil: Editora Sotese.
- Moragas, M. (1985). *Sociología de la comunicación de masas*, tomo II. Madrid: Gustavo Gilli.
- Padilla, E. (1969). *México desarrollo con pobreza*. México: Siglo XXI.
- Prieto, D. (2000). *Comunicación, universidad y desarrollo*, Buenos Aires: CICCUS-La Crujía.
- Prieto, D. (1990). *Diagnóstico de comunicación. Mensajes, instituciones, comunidades*. Ecuador: Ciespal.
- Prieto, D. (1980). *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. México: Edicol.
- Prieto, D. (1994). *Introducción a la comunicación rural*, Serie Comunicación Rural. Argentina: INTA.
- Prieto, D. (1999). *La comunicación en la educación*. Argentina: CICCUS- La Crujía.
- Prieto, D. (1995). *Mediación de materiales para la comunicación rural*, Serie Comunicación Rural. Argentina: INTA.
- Reyes Matta, F. (1983). *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*. México: ILET-Fund, Friedrich Ebert.
- Simpson, M. (1980). *Comunicación alternativa y cambio social I, América Latina*. México: UNAM.

LINKOGRAFÍA

http://64.233.167.104/search?q=cache:C5i7ILIT9wQJ:www.nuso.org/upload/articulos/242_1.pdf+Pol%C3%ADticas+de+Comunicaci%C3%B3n+en+Am%C3%A9rica+Latina,+Bogot%C3%A1,+1974&hl=es&ct=clnk&cd=3&gl=mx&lr=lang_es
www.fao.org/sd/DOdirect
http://www.wacc.org.uk/wacc/publications/media_development/2005_4/pensar_la_comunicacion_desde_america_latina
<http://www.comminit.com/la/pensamientoestrategico/lakellogg/lasld-540.html>
<http://www.periodismo.uchile.cl/noticias/2004/asepecsumayor10.html>
<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/perfis%209-2.htm>
http://www.conapo.gob.mx/mig_int/03.htm
<http://www.tierramerica.org/agua/contrapunto3.shtml>
http://www.cadtm.org/article.php?id_article=2123

Propaladoras: Una alternativa comunitaria en San Pedro de Jujuy (Argentina)

Marcelo Andrés Brunet

3

RESUMEN

Las propaladoras eran medios de comunicación localmente arraigados, que difundían señal de audio por cable hasta bocinas o cajas acústicas instaladas en postes de alumbrado o troncos de árboles, y se convirtieron en la alternativa local a la radio tradicional, que generalmente se instalaba en una capital provincial, y que emitía gran parte del tiempo como filial de alguna gran cadena de Buenos Aires. El trabajo aborda el caso particular de la propaladora de la ciudad de San Pedro de Jujuy, y desarrolla su aporte comunitario ante la configuración de un sistema centralista de medios que se estaba gestando.

Palabras clave: Pobladoras, radio, comunicación comunitaria local.

Antecedentes técnicos de las propaladoras son las “radios por cables” que describe Raymond Williams ([1981] 1992: 109 -113) cuando se refiere a “la radio propagandística”, correspondiente al modelo totalitario alemán y al de la Rusia socialista.

La naciente radio tenía para los alemanes la mística de la última tecnología, generaba la imagen de poder y dominio que pretendían. Era el medio adecuado para formar una voluntad nacional unificada y, lo más importante: permitía una unión personal con el líder carismático, pues lo acercaba al pueblo. En la teoría

¹ Coordinador de la Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Católica de Santiago del Estero. Departamento Académico San Salvador, Argentina. mbrunet@ncse.edu.ar

de la propaganda nazi se pensaba que el liderazgo personal y la palabra hablada eran mucho más efectivos para alcanzar las masas que los medios escritos.

Por su parte, la URSS le había dado gran importancia a la radio creando en 1918 un laboratorio de radio para iniciar emisiones regulares en 1922. Como los aparatos receptores eran caros, los soviéticos empleaban algunos medios para amplificar la señal de radio y ampliar el alcance de escucha de modo económico. Así, surge la escucha colectiva en clubes, fábricas y calles gracias a “la radio por cable”, es decir, muchos altavoces conectados a un único receptor. Esta práctica, según Williams, se extendió hasta 1964 año en el que la cantidad de receptores comenzó a igualar la de altavoces. En la década del ochenta todavía China empleaba el sistema de “radio por cable”, apropiado de la URSS.

Krohling Peruzzo (1999: 35-46) afirma que en América se conocieron como “radios populares de altoparlantes”. La diferencia con la “radio por cable” europea es la autonomía, vale decir que las radios de altoparlantes tenían un estudio y emitían programas generados para la red y no amplificaban señal de radio tradicional por aire.

Cada país le imprimió singularidades a la denominación de estos medios. “radio-poste” se llamó en Brasil al medio que transmitía a través de altavoces sujetos a postes de alumbrado y troncos de árboles, cuyo apogeo, según la caracterización por ciclos de Peruzzo, se vivió en los años ochenta, cuando se convirtió en vehículo de comunicación para organizaciones comunitarias; por ello también se las denominó “radios del pueblo”, ya que eran el único medio accesible en pequeñas comunidades.

Pedro Sánchez (1989: 61-62), en un artículo para la revista *Chasqui* de 1989, habla de “radio-bocinas”, instaladas en las zonas pobres que rodean las grandes ciudades y en algunos poblados campesinos que cuentan con servicio de electricidad. “[...] están ubicadas en parroquias, mercados, locales comunales, plazas públicas o calles principales”, describe.

EL CASO DE LA PROPALADORA WALBER

San Pedro de Jujuy es una ciudad situada a 60 kilómetros de la capital provincial de San Salvador de Jujuy, en la provincia más al norte de la re-

pública Argentina. Se la conoce como la segunda ciudad de la provincia, y está ubicada el corredor denominado el Ramal jujeño.

Los medios de comunicación oral en San Pedro de Jujuy hacen su aparición y adquieren importancia luego de que el pueblo se convierte en ciudad. Esto último ocurre el 27 de agosto de 1947, cuando la Honorable Legislatura de la Provincia sanciona la ley 1783 que declara ciudad al, hasta entonces, pueblo de San Pedro.

Es en ese período (1947-1948) cuando nace la primera propaladora de la ciudad. La municipalidad, bajo la gestión de José Manuel Baissac, comienza a colocar equipos de amplificación.

Según relatos del hijo del mayordomo del edificio municipal y chófer del intendente, que en ese entonces residía con su familia en la municipalidad, los equipos eran un tocadiscos con amplificador y un micrófono. Fueron instalados en una de las oficinas del primer piso por un técnico de apellido Baizo. Estaban sobre una mesa con alzada; las bocinas se colocaron hacia el exterior. Eran dos, una en cada ala del edificio, sobre las terrazas. Vale decir que ambas bocinas apuntaban hacia la plaza central. Esta decisión seguramente se fundamentaba en los hábitos de aquellos habitantes que sólo contaban con dos lugares de concentración, esparcimiento, recreación y socialización: uno lo constituía la estación del ferrocarril, ubicada hacia el Este de la ciudad. Era un espacio céntrico desplazado del centro cívico. Allí estaban el único quiosco de periódicos, el de *Lazarte*, y los grandes almacenes como *Casa América*, la mayoría de propiedad de inmigrantes de la India. Estos inmigrantes llegaron al norte de Argentina para trabajar como mano de obra en los ingenios azucareros de la zona, para luego dedicarse al comercio minorista y mayorista.

El otro espacio de concentración de actividades sociales era la plaza de la ciudad. Generalmente, los habitantes se apropiaban de ella para circular y distraerse por las tardes. “Era el lugar obligado en esa época”, dice el hijo del mayordomo municipal.

En esta primera etapa, la propaladora hizo uso de los espacios públicos ya configurados. Los altoparlantes dirigidos hacia la plaza dan cuenta de ello. El medio buscaba público en los puntos de concentración de habitantes; más adelante veremos cómo la propaladora fue generando sus propios espacios y públicos.

En 1952, aparece el primer interesado en instalar una propaladora comercial en esa ciudad. Rubens Walter Morcillo, un salteño, radicado en San Salvador de Jujuy que llega a San Pedro. Con 22 años, arriba con su familia, ya que a su padre, agente de Y.P.F. (Yacimientos Petrolíferos Fiscales), lo habían trasladado de la capital provincial a San Pedro de Jujuy.

Radicado en San Pedro, decide concretar su iniciativa frustrada en la capital de la provincia de instalar una propaladora. En 1952, solicita a la municipalidad que se lo autorice a instalar un servicio de *radio publicidad*. Como no existían antecedentes de empresas con las características que planteaba Morcillo, el Honorable Concejo Deliberante tuvo que legislar sobre el tema, y el 19 de septiembre de 1952, mediante la nota N° 279, el ejecutivo municipal, encabezado por Domingo Petruzzi, le informa que había recibido la resolución del Deliberante, inserta en nota N° 67 de fecha 12 de septiembre del mismo año, por la cual se lo autorizaba a instalar un *servicio de radio publicidad* en la ciudad, no sin antes presentar certificados que acreditaran su capacidad técnica. El medio sería bautizado como “Walber Publicidad”.

Durante cuatro años, la propaladora prestó servicios, pero su red no creció demasiado, hasta que llegó a manos de otro propietario.

En 1956, aparece en escena un joven cordobés interesado en comprar la propaladora de San Pedro; su nombre: Héctor Raúl Van Cauwlaert. Tenía 26 años y una historia más que interesante de aventuras por toda América.

Universitario en Córdoba durante el gobierno de Juan Domingo Perón, alrededor de 1948 trabajó como técnico en la propaladora “Propalación Saturno” de Córdoba (Argentina), una empresa con parlantes en las plazas de la ciudad de Córdoba. Estos altavoces mostraban una estética muy particular, estaban alojados dentro de un globo con una chapa en forma de anillo, sobre pilotes de cemento, emulando la forma del planeta Saturno. Van Cauwlaert compra “Walber Publicidad” y la dirige durante 20 años, hasta que cierra al negarse a aceptar las presiones de una intervención militar en la municipalidad en el contexto de la última dictadura en Argentina.

El espacio que el medio instalado en San Pedro de Jujuy daba a temáticas locales y la empatía que se generaba con sus propias voces, diferenciaba a la propaladora de “Radio Jujuy” (emisora AM), ya que además de lo deficiente de la escucha de AM en el Ramal (denominación de la zona donde se ubica

el departamento San Pedro), por lo menos en los primeros tiempos, “*la gente escuchaba porque se pasaban las cosas de aquí, necrológicas también se pasaban.*” (“Nacho” Palacios), “*se sentía identificada con el pueblo, la gente escuchaba sobre cortes de agua, cortes de luz, pedidos comunitarios, información local, deportiva, institucional, todo lo que sea de San Pedro estaba ahí.*” (Roberto Campos), “*{...}era un momento de diversión, de entretenimiento y de conectarse con la situación de lo que pasaba alrededor de San Pedro, más sobre el propio San Pedro*” (Oscar Gutiérrez) son testimonios que justifican la necesidad de escucha.

UNA ALTERNATIVA COMUNITARIA

Dentro del ámbito de lo alternativo podemos encontrar dos líneas: la que pretende democratizar la comunicación, enfrentándose a los sistemas comerciales, masivos y transnacionales, y aquella otra que plantea una revalorización de la palabra de los oprimidos como punto de partida para la liberación y la educación. Martín Barbero habla de dos paradigmas, el político y el educativo popular que sintetizan las ideas sobre el tema.

Las radios que proponen una comunicación distinta han recibido diversas definiciones. Podemos escuchar sobre radios comunitarias, radios populares y radios libres, pero ¿serán la misma cosa? Lewis y Booth (1992) distinguen conceptos por su origen geográfico. *Radio comunitaria*, dicen, es la que en Norteamérica y en el norte de Europa establece una relación no tradicional entre locutores y oyentes. El mismo tipo de emisora es una *Radio pública* en Australia y una *Radio libre* en los países latinos de Europa. También es cierto que en América del Sur las radios comunitarias son *populares* o *educativas* y en África, *rurales* o *locales*.

Para María Cristina Mata (1993) existen diferencias en el contenido, que exceden aquello de la raíz terminológica. Lo comunitario desde sus orígenes pretende la reconstrucción de los lazos perdidos en la atomizada sociedad de masas. La genuina solidaridad sería el elemento fundante de lo comunitario. Según Mata, pueden ser movimientos orientados desde instancias privadas y públicas a fomentar prácticas culturales destinadas a reflejar la vida y experiencias de las comunidades locales y contribuir a recrearlas, restaurando los vínculos sociales y las culturas particulares. La comunidad es una noción territorial que alude a espacios pequeños o restringidos, dentro de espacios mayores, y donde los individuos encuentran sus referentes más inmediatos. Comunidad será entonces el caserío, el pueblo, una ciudad

pequeña o los barrios de una gran ciudad. Las radios comunitarias brindan información local ausente en los grandes medios y tratan de que los pobladores participen más de cerca. También podrían considerarse comunitarias radios dirigidas hacia grupos minoritarios definidos por afinidades u objetivos comunes que los llevan a reconocerse entre ellos, como, por ejemplo, indígenas, mujeres, homosexuales, jóvenes, etc.

Lo popular, según Mata, pasa por un posicionamiento global frente a un sistema económico-social en el que estos sectores, sin importar dónde se ubiquen geográficamente, son marginados o excluidos por el poder. No buscan la democratización de la palabra, sino cambiar formas de vida que consideran injustas. No son sólo excluidos del poder comunicar.

Desde esta última perspectiva no es lo mismo trabajar en pro de las mayorías excluidas con lo popular, que otorgar la posibilidad de intervenir en la escena pública gracias a la comunicación radiofónica comunitaria.

WALBER, EL MEDIO LOCAL

Vimos que la propaladora nació como iniciativa estatal para cubrir una necesidad de información local y entretenimiento en el principal espacio público de la ciudad: la plaza. Si marcamos la necesidad de información local en San Pedro, posteriormente a la instalación de la primera radio de la provincia de Jujuy, deberemos hacer una revisión histórica para conocer cómo se estructuraba la programación de la radio por aire y por qué San Pedro necesitaba un medio de comunicación eficaz y cercano.

La radiodifusión en la provincia de Jujuy se inicia en el año 1937, cuando Mario Caballero y Guillermo Torres realizan las primeras transmisiones experimentales de aficionados. El 29 de marzo de 1940 envían al Poder Ejecutivo Provincial un telegrama solicitando que se gestionara desde el gobierno ante la Dirección General de Correos y Telégrafos de la Nación, la autorización para la instalación de una estación de radio a cargo del propio gobierno provincial. El 28 de abril de 1940 reciben la aprobación y se transmite oficialmente el acto de paso de mando del gobernador Eliseo Peña a Raúl Bertrés. La emisora se denominó "LV 13 Radio Provincia de Jujuy". Las transmisiones eran aún de carácter experimental y se emitía desde el tercer piso de la casa de Gobierno (Gorriti esquina San Martín), de 10 a 16 y más adelante hasta las 22 horas. Los programas eran pocos,

elitistas, y se jactaba de difundir música selecta. La experiencia duró casi dos años y calló en 1942 durante cuatro años.

El 27 de octubre de 1947 se concretó la primera transmisión de “LW 8 Radio Jujuy”. Pertenecía a la Red Argentina de Emisoras Splendid y cubría una extensión reducida, ya que su potencia era de un kilowatio. En 1953, pasó a depender de “LR 1 Radio El Mundo”, de Buenos Aires, y su Red Azul y Blanca de Emisoras Argentinas. En 1966, adquiere un nuevo equipo de 25 kilovatios que le permite, a partir de ese momento, llegar a casi toda la provincia.

En 1968, se llamó a licitación en la provincia para la habilitación de una radio comercial. A esa licitación se presentó “Radio Visión Jujuy S.A.”, presidida por Ángel Marciani con la ayuda de Fernando Pérez Paz¹ (propietario de la propaladora Organización Carf Publicidad). “Radio Visión” ganó la licitación y la frecuencia de la radio estatal LW 8 pasó a manos privadas. Radio Nacional tomó la denominación de LRA 22 desde entonces.

A partir de este contexto histórico mediático en la provincia podemos avanzar en nuestro análisis de la propaladora “Walber Publicidad”. Lo primero que podemos afirmar es la cualidad de localista de la propuesta de la propaladora en todas sus etapas, desde su inicio a manos del Estado hasta la propiedad de Van Cauwlaert y su consiguiente explotación comercial, frente a la ausencia de informaciones de San Pedro en LW 8, ya que esta radio funcionó por mucho tiempo como filial de radios de Buenos Aires (Splendid y El Mundo). Aunque esta ausencia no es lo único que podía motivar a la ciudad de San Pedro a gestar y defender su propio medio, hay que recordar que la radio tradicional en la provincia comenzó con equipos muy pequeños, y la señal que emitía no se podía sintonizar con facilidad en el interior (San Pedro se encuentra a 60 kilómetros de San Salvador de Jujuy), a lo que hay que agregar un horario de transmisión reducido y la ausencia de señal por cuatro años.

Si lo alternativo es algo de “otra naturaleza”, la comunicación que generaba “Walber” era alternativa, es decir, de una naturaleza localista diferente del

¹ Debemos agregar que Fernando Pérez Paz, además de propietario de la propaladora de la capital provincial, fue el impulsor de la televisión en Jujuy. Desde el 30 de abril de 1966 “Radio Visión Jujuy” comienza a transmitir algunas horas diarias la señal de Canal 7 de Jujuy.

discurso de la radio tradicional por aire, lejana geográficamente y distante de los intereses comunes de los ciudadanos de San Pedro.

Hasta aquí tenemos elementos para plantear que estamos ante un caso confirmado de comunicación alternativa. Más aún si pensamos en el modelo inglés en el que la radio comunitaria es aquella que se limita a ser un medio que sirve para la difusión de hechos locales que no llegan a los grandes medios. Pero no vamos a dejarnos caer en ese simplismo y seguiremos buscando elementos que refuercen nuestra definición.

La naturaleza técnica diferente del propio medio propaladora, más allá de su discurso, también nos puede ayudar. Es el uso de otro medio, del no tradicional, de la tecnología más barata y simple. Las propaladoras en Jujuy fueron radios por cables debido a impedimentos económicos, geográficos y legales para masificar las AM de entonces.

Podemos plantear a la propaladora como la alternativa al sistema radiofónico hegemónico en la provincia de Jujuy, asegurándole al público geográficamente próximo un discurso localista en varios aspectos: en sus características de cotidiano, empáticamente más cercano, en lo informativo y en lo fruitivo. Recordemos que en 1958 la propaladora instala un pequeño estudio en la localidad de La Esperanza, a seis kilómetros de San Pedro, con el beneplácito de las autoridades de aquella Comisión Municipal.

Mencionaremos también el acceso y la participación como características de este medio de comunicación. El acceso a la programación de la propaladora se lograba gratuitamente, sin tener siquiera que comprar aparato receptor alguno, ya que la señal se distribuía desde los altoparlantes para toda la ciudad. La participación se lograba de dos formas a las que llamaremos directas e indirectas. Directa era la participación en la planta de comunicadores, que lograban los locutores, periodistas, guardahilos y músicos para opinar sobre la programación, y establecer ellos mismos una comunicación mediada con sus pares pobladores desde la señal de "Walber Publicidad". Indirecta era la participación del público, cuando era convocado por el medio para los concursos de cantantes, en las que incluso los asistentes elegían a sus preferidos. Otro ejemplo lo constituyeron los espacios de programación destinados a leer comentarios, saludos, solicitudes musicales y críticas de los oyentes que se concretaban a partir de las cartas depositadas en urnas distribuidas por la ciudad, ya que no existía otra manera de comunicarse.

El acceso y la participación se dieron hacia las bases populares locales. El trabajo en la propaladora era realizado por humildes habitantes de los barrios y villas de la ciudad, que así obtenían la posibilidad de masificar su discurso, y de alguna manera también paliar sus necesidades materiales gracias a la remuneración obtenida. Por entonces no existían en San Pedro muchas opciones para los jóvenes de clase baja de poder ascender socialmente. Si bien ya había escuelas secundarias, los más necesitados eran los que menos accedían, por lo tanto los trabajos a los que podía aspirar alguien perteneciente a aquel estrato social eran de oferta reducida. Podían terminar siendo empleados en comercios céntricos o trabajadores de campo, o con suerte de planta fabril en los ingenios azucareros La Esperanza o Río Grande. Por lo tanto, en las familias de menos recursos económicos, la figura del locutor de propaladora era bien vista. Alguien que accediera a aquella profesión escalaría socialmente, no tanto en capital material, pero sí en el simbólico. Para los jefes de familia un locutor era un ejemplo a seguir, una persona popular y respetable. Tenía el perfil deseado para el futuro de los hijos, que de otra forma terminarían siendo “vagos de la calle”, changarines o delincuentes. Sobre esto, Hugo Rotondo relata que su padre lo llevó muy chico a “Walber” y le dijo al dueño: *“antes de que esté en la calle, que esté con vos”*, también agrega: *“yo era un chico que necesitaba que alguien lo guíe (...) me gustaba trabajar ahí”*.

Ingresaba gente humilde y con escasa formación, por ello, y sobre todo en los comienzos, “Walber Publicidad” recibía duras críticas del gobierno municipal:

Habiendo recibido esta municipalidad una denuncia por la cual se acusa a Ud. de deficiencias serias en el cometido de esa Empresa, interrumpiendo sus transmisiones publicitarias sin causas justificadas y que permite que hablen por sus micrófonos locutores y animadores que muestran deficiencias gramaticales y de dicción, que pueden ocasionar en el pueblo confusiones idiomáticas, solicitamos a Ud. quiera tomar las medidas del caso para evitar que sigan produciéndose estos hechos en detrimento de la cultura del pueblo.

Ocurría que la propaladora transportaba un mensaje llano, originado por ciudadanos comunes que ahora tenían la posibilidad de expresarse, y lo hacían con el lenguaje propio. La postura estatal era de intolerancia ante un discurso que aunque existente no había encontrado el espacio para emerger y multiplicarse.

Como notamos, era necesaria la presencia de alguien que organizara la comunicación y que se encargara de la formación de los locutores y aprendices. Este es el espacio del *mediador* del que habla Paiva, o del *intruso* de Brunet-Burgos. El lugar de un actor con formación o experiencia, capaz de potenciar las capacidades de los comunicadores surgidos de las bases populares. Si bien deberíamos, en el caso de Walber, describir a cada uno de los que tuvieron a cargo su dirección, resulta justo ubicar a Raúl Van Cauwlaert como el mediador en el caso que analizamos. Primero, por la importancia y duración del periodo que lo tuvo como propietario, que incluye la instancia de cierre definitivo; y segundo, por su experiencia radiofónica previa a “Walber Publicidad”, a lo que podemos agregar el hecho de ser completamente “intruso”, ya que ni siquiera había nacido en San Pedro de Jujuy; era de la provincia de Córdoba.

Otra característica común en los medios alternativos es el enfrentamiento con el poder político. Si bien “Walber” no tuvo buenas relaciones con todos los gobiernos municipales, en general las discusiones o enfrentamientos se dieron por cuestiones legales o económicas, no tanto por los contenidos discursivos. Las etapas más ásperas fueron las de signo político peronista, ya que el propietario de la última etapa se consideró siempre antiperonista. Pero el desplazamiento de presiones legales y económicas hacia las discursivas se dieron en 1976 con la llegada del Proceso de Reorganización Nacional. En San Pedro, la intervención municipal la asumió el Capitán Diez Del Valle, quien inmediatamente citó a Raúl Van Cauwlaert para darle directivas acerca de lo que la propaladora debía emitir, lo que desencadenó, tal como lo vimos anteriormente, el cierre definitivo de esta y el fin de un periodo de democratización de la comunicación en la ciudad. Heriberto Muraro, en el prólogo del libro *Medios de comunicación y cultura popular*, de Ford, Rivera y Romano (1990), anota que: “Tal vez el aspecto más destacado de la ideología de ‘El Proceso...’ es su empeño en atacar los valores de la solidaridad social en beneficio del privatismo y postular implícitamente una doctrina según la cual un Estado es tanto más perfecto cuanto más alejado está de la sociedad”.

Encontramos algunas similitudes con experiencias de radio-poste y alto-parlantes en Brasil. Kroling Peruzzo (1998) relata el surgimiento de estos medios en localidades del interior, vinculados generalmente a comercios, iglesias y municipalidades. Habla de una emisora de este tipo en Muqui, que en 1948 comenzó a divulgar las ofertas de una tienda, y que con el tiempo pasó a desarrollar un servicio de utilidad pública. Transmitía mú-

sica, debates políticos, partidos de fútbol y fiestas. Lo singular es que estas experiencias brasileras, al igual que la de San Pedro, se extinguieron con el Golpe Militar de 1964. Aunque en Brasil se dio en la década del ochenta un resurgimiento de ese tipo de comunicación, lo que no sucedió en el caso particular que este trabajo estudia.

Krohling Peruzzo clasifica las experiencias de Brasil en varios modelos, de acuerdo con la constitución de las organizaciones mediáticas y al contenido difundido. Un primer modelo,

[...] en el que el servicio de audio funciona como un producto de la comunidad: las organizaciones comunitarias lo administran voluntaria y colectivamente, desarrolla una programación destinada a la concientización y la movilización, informa, ofrece entretenimiento y presta un servicio de utilidad pública. Un segundo modelo, que conserva las características de interés público, es dirigido por una o dos personas comprometidas con el bienestar social local. [...] En un tercer modelo se llega incluso a colocar el sistema de audio al servicio de la comunidad teniendo como objeto las mejoras de ésta, pero sus intereses son particulares. El cuarto modelo es similar al anterior, sólo que los intereses son de orden comercial: operan el sistema de audio para transmitir anuncios y otras formas de patrocinio, teniendo en vista la ganancia particular. Claro está que terminan por prestar algún servicio de utilidad para el lugar y llegan, incluso, a transmitir noticias de las asociaciones vecinales (1998: 39 - 40).

Debemos afirmar que hemos encontrado en la propaladora varias características de los postulados de la comunicación alternativa, más bien orientados hacia la comunicación comunitaria. Sabemos que este medio facilitó el “acceso” mediante la gratuidad de recepción y la construcción conjunta de eventos de gran convocatoria. Importante fue también la “participación” que tuvieron las bases populares en la edificación de un discurso de lo cotidiano y cercano geográficamente. Todo lo anterior organizado por un “intruso” que, además, capacitó recursos humanos locales para ejercer en los medios de comunicación. Pero quizá lo más importante tenga que ver con la necesidad de comunicación local que cubría la propaladora en San Pedro, frente al sistema radiofónico hegemónico que se estaba gestando en la provincia de Jujuy.

Uranga y Pasquini Durán (1988) afirman que en Argentina la red de radioemisoras instaladas se conformó descuidando las zonas fronterizas y quedó concentrada en zonas urbanas. Los contenidos o mensajes se fueron

estandarizando, y en muchos casos dependiendo del anunciante publicitario y de la industria discográfica internacional, por la reiteración mecánica de “modelos” de producción y difusión, basados fundamentalmente en la combinación de discos-noticias-publicidad.

De lo anterior podemos señalar que se fue configurando en Argentina un esquema de dependencia. Las capitales de grandes centros urbanos subordinaron al resto del país, mediante la repetición de esquemas piramidales internacionales, donde se impuso la ley del más fuerte, sin respeto por las minorías, por sus culturas o sus formas de vida. De allí que el libre acceso a los circuitos de comunicaciones y la participación activa de los receptores resulten altamente selectivos. Según Ford y Rivera (1990), en Argentina, contrariamente a otros países, se instalaron más emisoras de alta potencia que de baja, favoreciendo un proceso de centralización.

Ante este sistema reinante en el país, adquieren suma importancia experiencias como las de “Walber Publicidad”, devolviéndole la palabra a los olvidados de los medios tradicionales. Aunque sabemos que puede quedar opacada la actividad de la propaladora por su carácter comercial y no autogestionaria, pero de igual forma atendió una carencia creciente de comunicación local. Podemos señalar también que se legitimó cumpliendo una función social importante en el proceso de convivencia y desarrollo comunitario en San Pedro de Jujuy.

Era de interés para esta investigación detectar enfrentamientos políticos e ideológicos que marcaran la intención del medio de subvertir el sistema vigente en su época, para clasificar al caso como de neta comunicación alternativa o popular; pero lo que encontramos, sin ser menos interesante, no coincide con aquello; se trata más bien de una comunicación comunitaria que pretendía y practicaba una democratización de la palabra.

“Walber Publicidad” no planteaba un posicionamiento global frente a un sistema económico social que excluía a muchos sectores, lo que hacía era otorgar a las clases populares la posibilidad de intervenir en la escena pública y de consumir productos más próximos a su idiosincrasia y necesidad gracias a una sistema particular de radio comunitaria.

CONSUMO CIUDADANO

Como nos resulta complejo hacer un estudio de consumo de la propaladora con la distancia temporal y la distorsión propia de la memoria, desarrollaremos algunos conceptos que luego trataremos de articular con el caso “Walber”.

Si de consumo vamos a hablar, el consumidor de propaladora será “público” de ese medio. La sociología de la comunicación contribuyó a establecer el carácter de construido del público de los medios masivos. A este abordaje sociológico María Cristina Mata le encuentra varios defectos, ya que:

[...] se limita, autonomizando a los medios en su potencialidad creadora, sin reflexionar suficientemente sobre el conjunto de transformaciones y condiciones que cooperan en el surgimiento de unos determinados públicos. Se engendra así el mito del ‘consumidor racional en un libre y perfecto mercado’ al que alude Stuart Hall, unilateralizando las relaciones medios-sujetos.

Se la simplifica en tanto lo que se plantea como construido no es una relación sino una meta. El público es término de las operaciones de los medios y del contenido de los mensajes, con una débil o nula inscripción en su producción. De allí la ‘presencia fantasma’ del público en el estudio de los medios, la ‘escasa relevancia teórica del papel de los espectadores’ en su análisis.

Se opacan, tras la percepción del consumo generalizado de los medios por parte de un ‘enorme conglomerado socio-cultural’ las nociones de heterogeneidad y pluralidad. Cuando más, ellas serán asumidas en términos de disponibilidades materiales y hábitos derivados de las mismas, a tal punto que sólo la fragmentación empírica de las audiencias, derivada de la multiplicación de ofertas provocadas por el desarrollo de innovaciones tecnológicas, cuestiona la idea de públicos o receptores *promedio*. (cursivas y comillas en el original).

Frente a esta noción de agregación cuantitativa de sujetos, Mata plantea un proceso de dos movimientos: el que se genera desde las estrategias industriales de producción cultural y el que resulta de las actividades de consumo/recepción que por encima de las diferenciadas atribuciones de sentido pueden operarse en relación con lo recibido y que siempre suponen algún grado de adhesión o aceptación a las propuestas diseñadas desde los medios.

Resulta que los públicos se construyen por la dinámica de los movimientos marcados anteriormente, entre las ofertas mediáticas y las expectativas generadas en los receptores en el terreno de las formaciones sociales en el cual ofertas y expectativas se inscriben también como agentes de reproducción y transformación.

Se puede pensar la noción de público como una experiencia cultural en el campo de la producción y consumo de bienes simbólicos. Experiencia histórica, ya que se ubica temporalmente configurando, según la autora, una tradición que se hace presente de dos maneras que si bien están relacionadas se diferencian. Primero, por un saber que deriva de las prácticas de consumo organizadas según el diseño estipulado en las ofertas; hablamos de medios de comunicación y productos que se elaboran a partir de múltiples subjetividades e institucionalidades que median el consumo.

Segundo, esa tradición se hace visible como espacio en el que se producen y circulan determinados bienes simbólicos y como sistema de relaciones entre multiplicidad de agentes productores y de sujetos consumidores. Por lo tanto, el hecho de reconocerse como público de determinados medios de comunicación es asignarse un lugar preciso dentro del campo cultural, que funciona como elemento identificador, uno más a partir de los cuales los sujetos transitan de una conciencia particular a otra de índole colectiva, adjudicando designaciones o aceptando las que le adjudican.

La tradición se hace visible en tanto constituye, junto con muchas otras cosas, la cotidianeidad del sujeto. Ser público es una experiencia que compromete la vida cotidiana.

Así conceptualizado, el consumo es una actividad que supone algún grado de adhesión a las propuestas provenientes de los medios. Los sujetos acuerdan apropiarse de y utilizar tales medios y productos. Es un espacio de intersección entre ofertas y expectativas existentes en el terreno de las formaciones sociales. Una práctica significativa que implica un modo de actuar y reconocerse de los consumidores, un modo de operar en el campo de la cultura. El consumo es un modo de identificación por asimilación o diferenciación. Es también una experiencia histórica que procede por acumulación o sedimentación en la que se hacen visibles competencias específicas que derivan del aprendizaje realizado por el público en relación con los medios, elaboradas complejamente.

CONSUMO DE PROPALADORA

Para comprender quiénes y de qué manera consumían este medio de comunicación es necesario hacer una revisión del contexto en el que el medio se encontraba funcionando. San Pedro de Jujuy entre las décadas del cuarenta y el sesenta comenzaba a desarrollarse como ciudad, en principio por el crecimiento demográfico urbano que experimentó gracias a varias actividades que, radicadas en las cercanías, atraían y retenían a los trabajadores, principalmente las azucareras de los ingenios La Esperanza y Río Grande de La Mendieta.

Los datos del censo nacional de población de 1947, año en que el pueblo es reconocido por la legislatura provincial como ciudad, muestran un crecimiento demográfico de casi un 50 por ciento con respecto al relevamiento anterior: 15.218 habitantes en 1914 y 23.579 en el 1947, haciendo visible una leve superioridad de la población urbana por 627 personas. Ya en 1960 el departamento San Pedro contaba con mayor concentración de población urbana: 22.653 frente a 15.971 de la rural, bajo un total de 38.624 habitantes. Finalmente, en 1970 la población rural fue doblada por la urbana: 31.330 a 16.296.

En principio, las actividades económicas estuvieron relacionadas con la producción primaria y secundaria, plantación y cosecha de materia prima (principalmente caña de azúcar) e industrialización posterior en los ingenios. Durante la década del sesenta se desarrolló fuertemente el comercio minorista y se instalaron algunas otras industrias como, por ejemplo, la empresa fabricante de bebidas gaseosas Chañi SRL, instalada en 1962, año en el que también amplía su planta Establecimientos Molina Industrial y Comercial. A partir de entonces, también los servicios o la economía terciaria ocupan un pequeño espacio con una sucursal importante del Banco de la Nación Argentina y el servicio de correos del Estado.

Aquel crecimiento de la población urbana en San Pedro fue generando, a su vez, una cantidad importante de posible público para la instalación de un medio de comunicación, a lo que podemos agregar una creciente virtual cartera publicitaria para anunciar en él.

La población urbana tenía a la plaza central como espacio de socialización y esparcimiento. Otros centros importantes de fruición, sociabilidad e intercambio de información local eran los parques con quermeses, que cíclica-

mente visitaban la ciudad. Pero los espacios más importantes, que convocaban a las masas urbanas jóvenes y de adultos, eran los bailes organizados por los clubes, algunos concesionados a productores particulares. Eran bailes con espectáculos, ya que generalmente se presentaban orquestas locales y de renombre nacional; el momento de máxima actividad era durante los carnavales.

Parte de los festejos de carnaval eran también los corsos alrededor de la plaza principal durante las noches calurosas, que terminaban indefectiblemente en algún club.

Los cines locales tuvieron su auge proyectando películas nacionales y norteamericanas; así relata Alberto Andrade el momento en que cine “Tango Bar” instala techo en el patio en el que se proyectaban las películas:

Quando colocaron el techo quedaron abiertos los costados, muchas veces se veía gente arriba de los techos viendo las películas, lo que nosotros llamamos colados; al verlos los hermanos Azmusi los bajaban pero los hacían pasar al salón para que vieran las películas, noble gesto del que muchos que hoy peinamos canas estamos agradecidos.

Si bien este estudio no se centra en las particularidades de la cultura urbana de San Pedro de Jujuy en el pasado, podemos afirmar que la ciudad contaba con un gran movimiento nocturno, concentrado en su totalidad en el casco céntrico, sobre todo durante el verano, convocando incluso a los habitantes de la capital de la provincia.

La llegada de medios de comunicación con contenido local gratuito era inexistente. La recepción de radio era problemática, ya que la señal de la emisora provincial era débil hasta 1966 y el número de aparatos receptores era bajísimo en toda la provincia: 18.210, en su mayoría concentrados en la capital, lo que obligaba a una escucha colectiva, que generalmente era familiar.

De televisión no podemos hablar hasta 1966, año en que comienzan las primeras transmisiones de Canal 7 de Jujuy, con un horario reducido de emisión y con una cantidad ínfima de aparatos receptores de señal de TV: alrededor de 65; por lo tanto, no podemos considerarlo un medio masificado, y ni siquiera como competencia de la propaladora.

Tenemos entonces una sociedad constituida por sectores populares urbanos, conformando lo popular no solo las clases subalternas integradas por trabajadores industriales, sino un conjunto más amplio, ya que esta sociedad no sólo contenía empleados de la industria azucarera, sino también comerciantes, artesanos, artistas, desocupados, etc.

Sociedad predispuesta y activa en eventos masivos destinados a la diversión, aparentemente debido a los reducidos espacios de participación y protagonismo social y político, ya que en el período 1940-1970 hubo 49 intendentes, de los cuales 22 fueron interinos y 11 interventores. Este promedio de más de un intendente por año nos marca un problema de representatividad y de legitimidad democrática de los pocos representantes elegidos por el pueblo. Este sistema de grandes falencias y de hermeticidad para el ciudadano es el que habría terminado llevando la participación de los sectores populares hacia el terreno de la fruición, el arte y el espectáculo.

Así, se configuró un público integrado por los sectores populares urbanos expectantes frente a las propuestas que le dieran participación y protagonismo en el ámbito del entretenimiento, las artes y la información.

Con ello se cruzaron las ofertas de la propaladora como medio de comunicación, de música envasada y local, espectáculos gratuitos, noticias locales y espacios de programación para ser ocupados por los mismos habitantes. Esa dinámica de ambos movimientos (expectativas y ofertas) constituyó el público de propaladora en San Pedro de Jujuy.

Se había gestado el *habitus* en el sentido de aquello que la sociedad sentía como necesario de consumir, pero no a lo que obligaba el sistema, sino como lo que habían generado los sectores populares a partir de las condiciones de vida y como un elemento más de refuerzo identitario para diferenciarse de la elite y de la clase política.

Si bien por las características de la transmisión de propaladora la escucha era compartida por toda la sociedad, los sectores populares eran los que participaban desde la producción y conducción de los programas, hasta aquel consumo que requería de la movilización a espacios determinados desde donde se generaban eventos especiales.

MODALIDADES DEL CONSUMO

Para no generar confusiones entre los conceptos de público y hábitos de recepción, vamos a optar por hablar de *modalidad* en el consumo para abordar las particularidades de escucha de propaladora.

Las modalidades de consumo las fue construyendo el propio medio. La propaladora, recordemos, comenzó a difundir señal de audio aprovechando los espacios públicos donde se concentraba gran cantidad de gente (la plaza, por ejemplo). Más adelante, y con más fuerza ya en la etapa comercial, se abocó a constituir espacios y públicos para su propia propuesta. Ejemplos de esta construcción son las esquinas y terraplenes donde los oyentes escuchaban los programas, y “El balcón del pueblo”, debajo del cual se presenciaba la participación de los artistas locales y se decidía sobre su continuidad en el concurso de canto.

A diferencia de las emisoras por aire, “Walber Publicidad” transmitía dos veces por día. Desde las 10 de la mañana hasta las 12:30 del mediodía, y por la tarde de las 17 a las 21 horas. Este quiebre en la continuidad de la emisión se debía al contexto cultural en el que la propaladora se hallaba y especialmente a las dimensiones reducidas de un pueblo que hacía muy poco tiempo se había convertido en ciudad, donde se respetaba el horario de la siesta.

Por las mañanas, marcaba para las amas de casa, los ritmos a seguir en la cocina: *“Don Emilio del Prete inauguró un mercado muy bien puesto ahí frente a la estación Shell y me invitó a que pusiera un parlante y se reía porque cuando empezaba ‘Walber’, las viejas se apuraban para comprar e irse porque había que poner la olla, era el reloj que tenían las clientas del mercado ese”* (Raúl Van Cauwlaert); a lo que Hugo Rotondo agrega que: *“la gente tenía el horario, ya sabía el horario, se guiaban por el horario de ‘Walber’.*

Las tardes generaban algunas particularidades de escucha: *“más o menos a las ocho ya estaban en barritas las esquinas, por ejemplo, la esquina de la municipalidad en la esquina del Capricho. Era por la tarde {...} porque la gente tenía que trabajar”*, nos comentó Hugo, el marido de una locutora de “Walber”. Las esquinas donde se habían instalado parlantes (bocinas, cajas acústicas, farolas o platos) eran el lugar en que grupos conformados por cincuenta personas o más se concentraban a escuchar los programas de “Walber” luego de la jornada de trabajo. Esto sucedía en el centro y en cada uno de los barrios, y

en los grupos se encontraban generalmente barras de amigos que, a su vez, entablaban relación con otros grupos o particulares que se hacían presentes. Era un espacio de socialización, además de momento de escucha mediática.

De lo anterior podemos afirmar que la escucha tenía características de colectiva, que por las mañanas y a primeras horas de la tarde era más bien “nómada”, es decir, una escucha en movimiento, mientras se circulaba por la ciudad sin temor de perder segmentos de programas porque la poca distancia entre parlantes aseguraba la recepción. Las tardes o primeras horas de la noche generaban un consumo y escucha “colectivo sedentario”, ya que los públicos se concentraban en lugares estratégicos para escuchar “Walber Publicidad” y relacionarse con otros, así es como lo rescatamos del relato de Juan Urzagasti, oyente de la propaladora: *“por ejemplo, yo vivía en Villa Patricios en esa época, y en ese terraplén era como una tribuna porque ahí había un parlante en la última casa y era como una tribuna, se llenaba de gente”*.

La escucha colectiva de propaladora dista un tanto de la que conocemos de radio por aire. Recordemos que el modo de escuchar radio comenzó siendo individual, ya que el oyente debía calzarse auriculares para sintonizar en los primeros equipos receptores a galena. Más tarde, las válvulas de los aparatos de radio, denominados muebles por su gran tamaño, generaron algunos rituales alrededor de la radio, como por ejemplo las reuniones familiares o con algunos amigos para escuchar una audición. Luego, la transistorización fue abaratando costos e incorporando la radio a los autos, para terminar siendo adminículos personales, como *walk-mans* o auriculares con radio incorporada.

Este repaso histórico por los modos de recepción radiofónica nos advierte que la escucha colectiva no se dio únicamente con la propaladora, aunque nos hace notar que fueron escuchas colectivas diferentes. La de radio era intrahogar y “colectivo-familiar”, mientras que la de propaladora fue de vía pública y “colectivo-vecinal”, pues se reunían en la calle las personas que vivían en las proximidades de un altoparlante.

Tenemos entonces que la propaladora “Walber Publicidad” trabajó para un público constituido por sectores populares urbanos, que habían generado ciertas expectativas que se cruzaron con las ofertas y propuestas del medio en cuestión. Que fue el medio el que dio participación a esos sectores sociales carentes de protagonismo por cuestiones socio-políticas. Que la escucha era “colectivo-vecinal”, que se concretaba en la vía pública y que movili-

zaba a los oyentes hasta los puntos de mejor recepción que, a su vez, eran lugar de encuentro y de sociabilidad.

De alguna manera, la propaladora consiguió hacer portátil a la radio, antes que se masificaran las Spica o radios portátiles.

IDEAS FINALES

La buena relación entre los habitantes y el medio se dio por un fenómeno de “encuentro” entre las necesidades locales y la propuesta mediática que democratizó e hizo difusión extendida de un discurso cotidiano, generalmente reprimido, constituyendo por medio del acceso y la participación un caso de comunicación comunitaria, característica que en San Pedro de Jujuy no se ve opacada por la comercialización de publicidad, ya que aseguraba la continuidad de la propuesta.

Debo confesar que pensábamos encontrar elementos para plantear el caso de “Walber” como de comunicación alternativa, pero a cambio la propaladora nos ha marcado sus características comunitarias y su propuesta de descentralizar el sistema radiofónico provincial, que hasta ese momento olvidaba al interior, repitiendo la estructura nacional que concentraba a las estaciones emisoras en las grandes ciudades.

Al momento de desaparecer, “Walber Publicidad” dejó una cantidad importante de individuos formados para trabajar en radio y que diez años después se integraron como personal de las radios de frecuencia modulada. Algunos, incluso, instalaron su propia radio y no sólo en el departamento San Pedro o en la provincia de Jujuy.

Por ello, considero un error sostener a la radiofonía por aire como origen indiscutido de la radio jujeña. Con la distinción entre la capital provincial que desde un primer momento contó con emisoras por aire y el interior que desarrolló propaladoras con extensas redes.

Otro logro importante del trabajo es determinar los modos de recepción y consumo de propaladora. Si bien la radio por aire también pasó por una etapa de escucha colectiva, la radio que estudiamos introduce algunas variantes. El consumo de radio clásica en los tiempos de aparatos receptores muebles a válvula era *colectivo-familiar*, mientras que el de propaladora fue

colectivo-vecinal. Otra característica de escucha de las emisoras de la época es aquella que en la radio por aire construía un oyente *sedentario*, de recepción intrahogareña, es decir, un radioescucha con poca movilidad por el difícil transporte de los aparatos de radio, cuando el de propaladora era más bien *nómada-ciudadano*, ya que generalmente escuchaba circulando.

Como prospectivas hoy vemos, con los elementos descritos, una potencialidad de reutilización de este medio de comunicación. El consumo colectivo-vecinal hace pensar en pequeñas propaladoras que dependan de los centros vecinales o de organizaciones no gubernamentales, evitando, con un costo reducido, los filtros que erigen los medios masivos tradicionales.

Aún nos quedan varios interrogantes para futuras investigaciones: construir el mapa de los modos de recepción radiofónica y sus variantes temporales. Armar un diario de memorias de recepción de propaladora con base en historias de vida. Determinar la influencia de los propietarios de propaladoras en la constitución de los multimedios en Jujuy, ya que *a priori* surge de este trabajo que los propietarios de la propaladora “Carf Publicidad” de San Salvador de Jujuy, luego se transformaron en “RadioVisión Jujuy”, el multimedio más importante de la provincia. Lo mismo parece haber ocurrido con los dueños de la propaladora “Publicidad City”, de Libertador General San Martín, hoy propietarios del multimedio de Canal 4, que posee “Radio City” en homenaje a la vieja propaladora. Las propaladoras parecen haber construido también a los “empresarios” de la radio en Jujuy.

La propaladora construyó su propia audiencia a partir del uso de los espacios públicos existentes y logrando, en su segunda etapa comercial, la empatía necesaria con los sectores populares urbanos gracias al protagonismo que estos mismos adquirieron como comunicadores.

Pensamos en la condición de experiencia cultural inserta en una trama textual y contextual (discursiva e histórica) de la radio, que la constituye pero a la cual a su vez modela. Así, podemos pensar al oyente de radio como un sujeto histórico al que la radio transforma; por consiguiente, cobra mucha más importancia insertar los conocimientos sobre consumo de propaladora como un eslabón más de la cadena de modos de recepción radiofónica. En muchos sitios la escucha de propaladora fue sentando en el oyente las bases del posterior consumo de radio por aire.

Jugando con el slogan de la propaladora, aquel que decía “idea y voz ...”, podemos afirmar que “Walber” fue la “idea” por la cual los habitantes de San Pedro de Jujuy pudieron, mediante su propia “voz”, comunicar su realidad, salvando las limitaciones que imponía a la periferia el sistema tradicional de medios de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, A. (1996). “Recordando el ayer. Reseñas históricas” (mimeo), S.P. de Jujuy.
- Balduin, P. (1983). Historia de San Pedro de Jujuy, siglos XVI al XX, 1883-25 de mayo-1983 (mimeo), Jujuy.
- Bassets, L. (Ed.). (1981). *De las ondas rojas a las radios libres. Textos para la historia de la radio*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- Berrigan, F. (1981). *La comunicación comunitaria, contenido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo*. París: UNESCO.
- Brunet, M. & Burgos, R. (1999). “Una aproximación a tres experiencias de Comunicación Alternativa en Jujuy” (mimeo), trabajo final del seminario de Comunicación Alternativa, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, UNJu.
- Cimadevilla, G. (1997). *La bocina que habla*. Córdoba, Argentina: Universidad Nacional de Río Cuarto
- Díaz Bordenave, J. “La sociedad participativa”, en *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 32.
- Ford, A; Rivera, J.B. & Romano, E. (1990) *Medios de comunicación y cultura popular*. Buenos Aires: Legasa.
- Girard, B. (1993) “Organizando las voces de Babel”, en *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 45.
- Gómez Vargas, H. (1998) “Biografías radiofónicas y mundos sociales paralelos”, en *Revista Signo y Pensamiento*, 33.
- Gutiérrez, L. H. & Romero, L. A. (1995). *Sectores populares. Cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Haye, R. M. (2000). *La radio del siglo XXI. Nuevas estéticas*. Buenos Aires: Ciccus-La Crujía.
- Kaplun, M. (1993). “Contextualizando la recepción”, en *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 45.
- Krohling Peruzzo, C. M. (1998). “Participación en las radios comunitarias en Brasil”, en *Revista Signo y Pensamiento*, 33.
- Lewis P. & Booth J. (1992). *El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria*. Barcelona: Paidós.
- Lozano, E. (1997) “Del sujeto cautivo a los consumidores nomadicos”, en *Revista Diálogos de la comunicación*, 30.

- Mata, M. C. (1997). *Públicos y consumos culturales en Córdoba*, UNRC, Córdoba: Centro de Estudios Avanzados.
- Mata, M. C. (1993). “¿Radio popular o comunitaria?”, en *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui* 47.
- Mata, M. C. (1993). “¿Dónde están y a dónde van los radios populares?”, en *Revista Latinoamericana de Comunicación* 45.
- Mata, M. C. (1998). “Saber sobre la radio”, en *Revista Signo y Pensamiento*, 33.
- Paleari, A. (1993). *Jujuy, diccionario general*, Gobierno de la Provincia de Jujuy, Jujuy, Argentina.
- Rodríguez Esperón & Lamas, E. (1995) “La comunicación alternativa: encuentros y desencuentros”, en *Causas y Azares Año II*, 3.
- Romano, E. (1993). *Voces e imágenes en la ciudad. Aproximaciones a nuestra cultura popular urbana*, Buenos Aires: Ediciones Colihue.
- Rubio Angulo, J. (1998). “Escuchar”, en *Revista Signo y Pensamiento*, 33.
- Sánchez, P. (1989). “El sistema ALER”, *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui* 32.
- Sierra e Iglesias, P. J. (1997). *Los 15 dueños de la Pampa de San Pedro*, libro de autoedición, San Pedro de Jujuy.
- Terrero, P. (1982). “El radioteatro”, en *La vida de nuestro pueblo*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Ulanovsky, C. (1999). *Días de Radio*. Madrid: Espasa Calpe.
- Uranga, W. & Pasquini Duran, J.M. (1988). *Precisiones sobre la radio*. Buenos Aires: Paulinas.
- Williams, R. (1980). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península.
- Williams, R. (1992). *Historia de la comunicación*, Vol II, Barcelona: Bosh Casa Editorial (traducción de Daniel Laks).

Projeto Dissonante: Comunicação Comunitária pela internet



Fernando Oliveira Paulino¹, Jairo Faria Guedes Coelho²
Juliana Soares Mendes³, Leyberson Lelis Pedrosa⁴

RESUMO

O artigo debate como práticas de comunicação pela internet podem contribuir para iniciativas de transformação e mobilização social. Discute-se também a potencialidade do uso da internet na promoção do direito humano à Comunicação e as dificuldades existentes na sua efetiva aplicação. Esse texto se baseia no relato de duas experiências de uso do Projeto Dissonante, servidor livre de rádio web, que nasceu dentro dos objetivos do Projeto Comunicação Comunitária na Universidade de Brasília.

Palavras-chave: direito à comunicação, internet

INTRODUÇÃO

O início das atividades do Projeto de Extensão Comunicação Comunitária na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília se remete a 2002,

¹ Coordenador do Projeto de Extensão de Ação Contínua Comunicação Comunitária, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília (FAC-UnB), Coordenador do Curso de Especialização em Comunicação Pública no IESB, paulino@unb.br

² Estudante de Jornalismo na FAC-UnB, jairofaria@gmail.com

³ Licenciada em Comunicação pela UnB e pesquisadora do Projeto de Extensão de Ação Contínua Comunicação Comunitária, julianasmedes@gmail.com

⁴ Licenciado em Comunicação pela UnB e pesquisador do Projeto de Extensão de Ação Contínua Comunicação Comunitária, leypedrosa@gmail.com

quando da efetivação da Rádio Laboratório de Comunicação Comunitária (Ralacoco FM, ralacoco.radiolivres.org) com o intuito de promover o encontro e a troca de experiências entre o conhecimento acadêmico e o saber popular. Desde então, a cada semestre, estudantes de várias áreas: Jornalismo, Publicidade, Audiovisual, Nutrição, Biblioteconomia, Serviço Social, entre outros cursos, matriculam-se nas disciplinas Comunicação Comunitária 1 e 2, estudando conceitos associados à comunicação para mobilização social e aplicando conceitos apreendidos em atividades de campo em comunidades do Distrito Federal, como Planaltina, região administrativa onde existe um *campus* da Universidade de Brasília.

Dentre as atividades desenvolvidas estão: a realização do jornal “Acorda Buritis” do Movimento União e Luta dos Moradores do Buritis IV; a produção de material de divulgação das ações de reciclagem da Cooperativa Fundamental de Catadores de Recicláveis; produção do programa “Espaço Universitário” na rádio comunitária Utopia FM; e oficinas de audiovisual com jovens da cidade. Essencialmente, o Projeto Comunicação Comunitária é um espaço de experimentação porque os universitários podem propor e realizar ações com abordagens comunicativas alternativas, utilizando técnicas de jornalismo, publicidade e audiovisual na criação de produtos de comunicação.

No âmbito do Projeto, existem vários espaços de diálogo multidisciplinar envolvendo os universitários e as organizações comunitárias na aprendizagem e produção de conhecimento, afinal: “a educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é a transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados” (Freire, 2006, p.69).

O Projeto Dissonante (www.dissonante.org), servidor livre e gratuito de rádio web, foi criado nesse espaço cujo objetivo é experimentar e gerar novas formas de se fazer a comunicação. O Projeto resultou do Trabalho de Conclusão de Curso de Pedro Arcanjo e Leyberson Pedrosa, orientados pelo Prof. Fernando O. Paulino em 2007. O *Dissonante* recebe diariamente pedidos para criação de rádio web e já foram estabelecidas 85 contas, promovendo rádios de divulgação de temas transversais como saúde da mulher, esportes, tecnologias, inclusão digital e educação ambiental.

Dessa maneira, o Projeto Dissonante, com sua potencialidade de estímulo a redes sociais, pretende desempenhar dois papéis: inicialmente, fortale-

cer coletivos, pré-existentes ou não, de comunicação livre, estimulando a parceria das organizações com o Projeto Comunicação Comunitária. O segundo papel se refere aos usos do Projeto Dissonante como instrumento pedagógico nas oficinas e na transmissão de debates ou eventos, algo que faz com que o servidor se constitua como instrumento de tecnologia social de forma que a rádio web perca seu pretensão caráter de técnica neutra e se converta “em campo de criatividade, inclusive técnica, para emissores e receptores que terão de lutar a todo momento: uns para fazer-se ouvir e outros para conseguir escutar” (Martin-Barbero, 2004, p.189). É importante notar que a luta pela resistência não está necessariamente restrita ao embate direto com a mídia corporativa, mas pode estar na criação de técnicas para, efetivamente, se fazer uma comunicação alternativa.

A RÁDIO UTOPIA FM NAS ONDAS DA INTERNET

Após desenvolver trabalhos de mobilização social em diversas comunidades do Distrito Federal (como o Varjão, a comunidade remanescente de Quilombo Mesquita e algumas quadras residenciais de Brasília), o Projeto Comunicação Comunitária decidiu focalizar suas ações na região administrativa de Planaltina em 2007. Além da estrutura física garantida pela presença de um *campus* da UnB no local, há diversas organizações comunitárias de promoção da educação ambiental atuando na localidade. Nesse cenário de mobilização e protagonismo, o Projeto Comunicação Comunitária teve o primeiro contato com a Rádio comunitária Utopia FM em 2007.

A associação que gere a rádio foi fundada em 1998 por iniciativa de movimentos populares, com destaque para grupos em luta pelo acesso à terra e alguns partidos políticos. Atualmente, a Rádio Utopia desenvolve o Projeto Rádio Diversidade com o objetivo de resgatar culturas locais de Planaltina, uma vez que os habitantes da localidade são oriundos de várias regiões do país. A iniciativa foi construída a partir de vários encontros de formação (com oficinas, seminários e mostras culturais) e ao final desse processo educativo, os jovens (de escolas fundamentais e de ensino médio de Planaltina) elaboram e produzem programas transmitidos pela Utopia FM, e retransmitidos nas escolas no horário do intervalo por meio do sistema de som interno.

Desde 2007, com o apoio do Projeto Dissonante, o potencial das atividades da Utopia FM foi ampliado com a implementação de uma conta de rádio

web para retransmitir a emissora na internet (utopia.dissonante.org). Há registros de ex-moradores de Planaltina que vivem no Japão e Portugal, por exemplo, e escutam a rádio pela internet.

As ações da Utopia, portanto, passam por dois processos educativos: o primeiro é o da prática da comunicação no dia-a-dia. No cotidiano, o programador aprende a técnica para lidar com os equipamentos da rádio, transmitida em FM e pela internet. Porém, esta técnica é reflexiva, porque fazer a comunicação comunitária e independente pode ser uma forma de desenvolver uma leitura crítica da mídia. Ao comunicar na Rádio Utopia, o locutor percebe a “cadeia produtiva” da comunicação e se vê como o protagonista, que seleciona o conteúdo e o interpreta para veicular na rádio. O aprendizado da técnica “torna o aprendiz protagonista, o que lhe exige desenvolver postura crítica, sistemática e disciplina intelectual, que não são obtidas a não ser praticando-as, como atitudes frente ao mundo” (Fiorentini, 2003). Por outro lado, a Utopia FM também desenvolve outro processo educativo quando se aproxima da comunidade de Planaltina (com especial atenção aos jovens das escolas) para dialogar e fornecer instrumentos para o exercício do pleno direito à comunicação. Assim, esse processo ocorre durante as oficinas do Projeto Rádio Diversidade, em que os jovens debatem outros direitos associados à comunicação como cultura e meio ambiente. Durante a formação, os jovens aprendem e geram conhecimento por meio da produção da comunicação, que é diálogo, pois reduzir a “aquisição de conceitos à mera memorização, à aprendizagem bancária sem o desenvolvimento da consciência reflexiva compromete todo o processo de transferência, generalização e inter-relação entre conceitos, princípios, teorias, procedimentos, crenças, valores e atitudes” (Fiorentini, 2003).

A inserção dos jovens na Utopia FM ainda é recente. Contudo, o Projeto Dissonante tem se tornado um mecanismo fundamental para que os jovens se comuniquem com sua comunidade geográfica e com outras comunidades em todo o mundo, formadas a partir do reconhecimento de identidades e afinidades em comum. Pois, segundo as palavras de Marcos Palácios:

Comunidade não é simplesmente um lugar no mapa. As pessoas podem ter uma diversidade de experiências de comunidade, independente de estarem vivendo próximas umas às outras. A comunidade deve ser vista como toda forma de relação caracterizada por situações de vida, objetivos, problemas e interesses em comum de um grupo de pessoas, seja qual for a dimensão

desse grupo e independentemente de sua dispersão ou proximidade geográfica (Palácios, 1997, p.36)

A OCUPAÇÃO NA UNB E A RÁDIO 5 MIL POR HORA

De abril até o final de junho de 2008, a reitoria da UnB foi ocupada por estudantes em protesto às denúncias de improbidade administrativa. O fato, inspirado em outras ocupações pelo Brasil como na Universidade de São Paulo em 2007, aconteceu diante de um momento de descrédito do movimento estudantil tradicional na UnB. Como resultado da ocupação, os estudantes e outros segmentos acadêmicos, como professores e funcionários, consolidaram uma lista de reivindicações, pressionaram o reitor (que renunciou posteriormente) e promoveram o voto paritário na próxima eleição à reitoria. Entretanto, para além da conquista, é importante refletir sobre os elementos que apoiaram essa movimentação: a participação dos estudantes na tomada de decisões e o papel mobilizador da Comunicação praticada pelos próprios manifestantes.

Na ocasião, os estudantes usaram a internet como elemento de difusão e promoção do debate público, alimentando um portal de conteúdo (*blog*) e um espaço virtual de debate (*chat*). Destacou-se também a criação e manutenção de uma rádio pela internet (*rádio web*), intitulada de *Rádio 5 Mil por Hora*, que foi criada dentro das políticas de uso do Projeto Dissonante e que pôde ser acessada pelo endereço: www.dissonante.org.

Depois de quase doze anos de controle da reitoria por um grupo político, foi evidenciada a capacidade dos estudantes de se oporem a uma hegemonia consolidada. Nos últimos dias de prisão, o italiano Antônio Gramsci reestruturou o pensamento marxista com o conceito de *hegemonia*. Para Gramsci, o consentimento também é um tipo de opressão, já que “a supremacia de um grupo social se manifesta de duas formas, como ‘dominação’ e como ‘direção intelectual e moral’. A segunda é exercida por meio de organizações ditas privadas como Igreja, sindicatos e a Escola” (Anderson, 1986, p.22-23). Assim, se nos concentrarmos ao universo da instituição UnB, a ocupação consolidou-se como uma ação contra-hegemonia, entendida por Gramsci como “como um processo, no qual a reforma intelectual e moral é parte integral, em vez de simplesmente uma consequência possível” (Dagnino, 2000, p. 66-67).

Diante da mudança de postura dos estudantes, participando ativamente de uma atitude subversiva ao “Estado de Direitos”, os manifestantes perceberam a capacidade de articulação e mobilização complementar que a Comunicação poderia proporcionar para a proposta ideológica da Ocupação. Em meio à cobertura da mídia comercial, preocupada com possíveis depredações do patrimônio público, os estudantes resolveram se organizar e exercer sua própria Comunicação. Devido aos limites financeiros para a empreitada e à familiaridade dos envolvidos com a internet, a rede disponível no prédio foi usada como meio para facilitar o envio de conteúdos reivindicatórios do ato a outros grupos. Aos poucos, os estudantes começaram a buscar mecanismos para exercer e melhorar a Comunicação, entendendo, naquela prática, o seu papel de diálogo com os outros segmentos e com a própria sociedade.

REDE DE ATORES

A elaboração do Projeto Dissonante traça alguns questionamentos estruturais relacionados à construção de uma iniciativa de Comunicação contra-hegemônica. O projeto “busca construções e caminhos que envolvam a vontade de grupos e pessoas comuns, sem deixarem de serem agentes políticos, e com um esforço de transformação da realidade local, conectada ao contexto global” (Arcanjo; Pedrosa, 2007, p. 10).

Nessa busca por alternativas de Comunicação e da apropriação da internet para esse fim, é preciso compreender também quem são os atores do processo. Coletivos, pessoas comuns, movimentos organizados e associações diversas: são muitas as composições utilizadas para compreender quem age em relação às mudanças na micro e macro-estruturas. O caminho mais usual para essa resposta é entender todos dentro do conceito de Sociedade Civil. O senso comum traduz a expressão como toda e qualquer agremiação de pessoas que se organiza para “pensar a oposição ao sistema capitalista” ou “busca-se apoio na idéia de sociedade civil tanto para projetar um Estado efetivamente democrático quanto para se atacar todo e qualquer estado” (Nogueira *apud* Coutinho, 2001, p.214-234). Mas, a partir da compreensão de Nogueira, é possível pensar em uma nova composição de sociedade civil, que faz parte e, por isso, é o Estado, não permitindo a sua fragmentação. Nessa análise, a sociedade civil entende o seu papel na disputa de espaços políticos de hegemônias.

Já Michel Foucault aponta outra forma de se relacionar com o Estado, ao afirmar que nada mudará a sociedade se os mecanismos de poder que funcionam fora, abaixo e ao lado dos aparelhos do Estado a um nível muito mais elementar, cotidiano, não forem modificados (Foucault, 1979). Nessa perspectiva, considera-se, potencialmente, a capacidade de organização das pessoas fora do controle dos aparelhos do Estado por compreender as estruturas hegemônicas centralizadas e engessadas demais, não permitindo chances reais de mudanças pela sociedade civil.

COMUNICAÇÃO: DIREITO HUMANO E POSSIBILIDADES DA INTERNET

A criação de espaços efetivos do exercício da Comunicação livre encontra a internet uma potente ferramenta. Esse meio, assim como qualquer outro, pode ser utilizado tanto para a livre troca de informações quanto para a comunicação unidirecional. Algumas das características da internet são: velocidade na transmissão de informações; possibilidade de troca de grande volume de informação; e interatividade gerada pela possibilidade de troca instantânea de mensagens. Além disso, é um meio considerado “híbrido”, criado como ferramenta de comunicação interpessoal e com características de meio de comunicação de massa (Monteiro, 2001).

Devido às constantes mudanças tecnológicas, a internet possui, atualmente, maior capacidade de transmissão de dados. Sua melhoria técnica acontece no mesmo contexto que os espaços colaborativos de Comunicação na rede ganham força. Entre eles, podemos destacar as páginas pessoais de publicação de textos (*blogs*), as páginas de construção de conteúdo colaborativo (*wikis*) e os sítios de relacionamento e criação de comunidades virtuais de discussão. De acordo com o especialista em tecnologia Tim O’Reilly (Wikipedia: 2008), essa mudança integra conceitos de Web 2.0, inteligência coletiva e rede social, já que a internet deve ser entendida como uma plataforma que seja capaz de desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva.

As ações do Projeto Comunicação Comunitária e do Projeto Dissonante baseiam-se no entendimento da comunicação como um direito humano. Como tal deveria ser respeitada, independentemente do meio utilizado. Atualmente, o direito à comunicação é defendido por vários movimentos sociais que entendem a comunicação como um direito de todos. Essa agen-

da de debate se intensificou há aproximadamente 30 anos, após o estudo para analisar o efeito da Comunicação nos campos políticos, econômicos e sociais do mundo, que se consolidou no *Relatório Um Mundo e Muitas Vozes* (Informe MacBride), considerado por especialistas e militantes de Comunicação “muito provavelmente o mais completo e instigante trabalho já produzido sobre a problemática da comunicação no mundo contemporâneo” (Ramos, 2000, p. 3).

A comunicação, porém, deve ser considerada como um meio de troca, onde o diálogo sobrepõe o monólogo. Em geral, essa troca democrática não é respeitada. Isso acontece, sobretudo, pela utilização dos meios com o fim estritamente financeiro e pela sua monopolização por grupos específicos. Calcula-se hoje que, no Brasil, cerca de 80% de tudo o que é veiculado na mídia, é controlado por apenas sete grupos (Christofolletti, 2004). A própria rede mundial de computadores pode ter finalidades diversas, servindo a interesses próprios ou coletivos. A internet é considerada por muitos como o meio da democratização da comunicação, porém essa ferramenta pode tomar o mesmo caminho de outros meios que já foram considerados dessa forma, como o rádio e a televisão, já que a tendência é a sua comercialização (Guedes, 1998).

O efeito de se democratizar e tornar a Comunicação um direito pode ser exemplificada pelas experiências da Rádio Utopia e do Movimento de Ocupação, pois possibilitaram que a internet não fosse somente um espaço de envio de informações, mas também de troca a exemplo do recebimento de notas de apoio e de colaborações de artigos no *blog* da Ocupação, da troca de mensagens constantes pelo correio eletrônico da Rádio Utopia, e dos fóruns de debates virtuais (*chats*) utilizados pelos dois grupos.

CONCLUSÕES

O uso do Projeto Dissonante tanto na Rádio Utopia quanto na Ocupação da UnB ampliou o debate com o público externo e melhorou a organização interna dos dois coletivos. Não à toa, esses casos refletem a capacidade que a internet tem de contribuir com a articulação de grupos sociais e favorecer a construção colaborativa de idéias. Além disso, o próprio desenvolvimento tecnológico contribui para o uso criativo dos instrumentos técnicos em prol de novas formas de comunicação.

Contudo, essa potencialidade deve ser ponderada e não pode ser superestimada por uma “fetichização da técnica” como aponta César Bolaño (2007, p. 39), para quem o caráter democratizador e horizontal da comunicação pela internet está condicionado previamente a uma estrutura hegemônica hierarquizada principalmente pelos detentores do poder econômico. Ou seja, dominada por grandes empresas e capitais que se vislumbram com capacidade rentável da rede e que são responsáveis por manter a infra-estrutura de servidores de hospedagem, provedores de serviços, *sites* de pesquisa, entre outros.

Por outro lado, essa estrutura hegemônica permite, propositalmente, que a internet coloque “na ordem do dia a questão da ação solidária da sociedade civil e de suas organizações na busca de um ordenamento social mais justo e de maior autonomia em relação ao capital e ao Estado” (Bolaño, 2007: 47). Isso ocorre porque a estrutura capitalista permite brechas na relação com novas tecnologias de informação e comunicação, desde que essas tecnologias não interfiram substancialmente na estabilidade do sistema. Pois, no atual nível de capitalismo, por exemplo, “substitui-se capital variável por capital constante, com a única diferença, em relação ao caso clássico, de que esse capital constante não é *hard*, não é um a máquina, mas *soft*, um programa” (Bolaño, 2007: 39), o que torna o capital mais difuso e complexo.

Essa contradição constante confronta o potencial da internet de ser um espaço criativo e interativo de comunidades - ainda a realizar - em relação a seu uso meramente econômico e centralizado. Mas, a própria contradição do capitalismo permite que se criem espaços *virais* no qual o *soft* é utilizado como elemento contra-hegemônico. Afinal, nessas novas relações, o capital que mantém a rede em funcionamento possibilita também a sua apropriação por parte de indivíduos e grupos para usos alternativos ao modelo comercial.

No caso da ocupação, por exemplo, a internet esteve presente enquanto havia energia elétrica no prédio. Em um determinado momento, por determinação da polícia federal e da reitoria, cortou-se a energia do local. A rádio *web* e outros elementos de comunicação pela internet sofreram limitações, no entanto, o uso momentâneo da rede gerou expectativas e buscas por novas soluções tecnológicas, inclusive com o uso de recursos de

ponta como a internet 3G⁵ – barateada “graças” à concorrência de mercados. A própria falta de energia – conseqüentemente, da internet – virou pauta de reivindicação daquele grupo já que, além da energia ser um elemento básico de subsistência, os manifestantes tomaram apreço pela possibilidade de se manterem conectados e comunicativos com a sociedade durante a ocupação⁶.

REFERÊNCIAS

- Anderson, P. (1986). As antinomias de Antonio Gramsci. In: *Crítica marxista – estratégia revolucionária na atualidade*. São Paulo: Juruê.
- Arcanjo, P. Pedrosa, L. L. C. (2007). *Projeto Dissonante – faça-rádio-web-você-mesmo. Uma experiência de comunicação livre*. Brasília: Disponível em: www.dissonante.org.br/site/downloads
- Bolaño, C. Siqueira, R. (2007). et al. *Economia política da internet*. Aracaju: UFS.
- Christofolletti, R. (2004). Dez impasses para uma efetiva crítica de mídia no Brasil. *Sala de Prensa 63*.
- Dagnino, E. (2000). Cultura, cidadania e democracia – a transformação dos discursos e práticas na esquerda Latino-Americana. In: *Cultura e política nos movimentos sociais Latino-Americanos – Novas Leituras*. Belo Horizonte: UFMG.
- Fiorentini, L. Maria Rangearo. (2003). Tecnologias e materiais didáticos nos cursos superiores a distância: promovendo a aprendizagem por meio da interatividade. *Educação a distância na universidade do século XXI*. Texto 3. Disponível em: http://www.tvebrasil.com.br/SALTO/boletins2003/edu/tetxt4_3.htm. Acesso em: 17 jul 2008.
- Foucault, M. (1979). *Micro-física do poder*. Rio de Janeiro: Graal.
- Freire, P. (2006). *Extensão ou comunicação?* (13ª ed.) Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Guedes, O. (1998). As novas tecnologias de comunicação e informação: novos mecanismos de exclusão social? *Perspectiva Ciência da Informação*. Belo Horizonte.
- MARTÍN- BARBERO, J. (2004). *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Loyola.
- MONTEIRO, L. (2001). *A internet como meio de comunicação: possibilidades e limitações*. XIV Congresso Brasileiro da Comunicação. Campo Grande: Intercom. Dis-

⁵ A internet 3G utiliza a transmissão de dados em alta velocidade por meio do serviço de telefonia celular via satélite/torres, não sendo necessária uma rede local física para se conectar.

⁶ Vale ressaltar que a internet não atinge a maioria da população brasileira, apesar de pesquisa recente do Comitê Gestor da Internet revelar que 50% dos entrevistados já acessaram, alguma vez, um computador. Contudo, a Comunicação pela internet tem relação direta com grupos específicos, diferente da concepção tradicional de Comunicação de Massa que foi estimulada durante a popularização da radiodifusão brasileira.

ponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/comunicacaovirtual/0158.pdf>

- Nogueira, M. (2001). As três idéias de sociedade civil, o Estado e a politização. In: COUTINHO, C. N.; TEIXEIRA, A. (Orgs.). *Ler Gramsci, entender a realidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, p. 214-234.
- Palácios, M. (1997). Sete teses equivocadas sobre comunicação comunitária. In: MONTORO, T. (Org). *Comunicação e Mobilização Social*. Brasília: UnB, v.2.
- Peruzzo K., C. M.(2004). *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. (3ª.ed). São Paulo: Vozes.
- Ramos Murilo C. (1992). As políticas nacionais de comunicação e a crise dos paradigmas. In: ZYLBERBERG, Jacques; DEMÉRS, François (Orgs.). *L'Amérique et les Amériques*. Saint-Foy (Québec): Les Presses de L'Université Laval, p. 136-149.
- Web 2.0. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Web_2.0. Acesso em: 10 agos. 2008.

Piraí Wireless: Uma experiência de Comunicação Comunitária via digital

Patrícia Gonçalves Saldanha¹

5

RESUMO

A idéia deste artigo consiste em relatar uma verificação prática sobre a afirmação de que, numa situação, não plenamente societária, as tecnologias da informação podem, sim, atuar como dispositivos de incremento de sociabilidade vinculativa. Foi necessário, para tanto, analisar se a tecnologia abriria mão de seu código hegemônico no nível das microrrelações, que caracterizam a vida comunitária. O objeto de investigação do trabalho é o Telecentro Comunitário do distrito de Arrozal, em função do Projeto Piraí Wireless e a metodologia utilizada para a realização da pesquisa, a etnorreportagem.

Palavras-chave: Comunicação Comunitária. Telecentro Comunitário. Piraí Wireless.

A idéia central deste artigo, que faz parte de uma tese de doutorado², consiste em relatar uma verificação prática sobre a possibilidade de afirmar que, numa situação, não plenamente societária, as tecnologias da informação podem atuar como dispositivos de incremento de sociabilidade vinculativa. Para tanto, foi necessário analisar como a tecnologia poderia abrir mão, ou não, de seu código hegemônico no nível das microrrelações, que caracterizam a vida comunitária. O objeto de investigação para a constituição do presente trabalho é o Projeto Piraí Wireless e a metodologia utilizada para a realização da pesquisa: a etnorreportagem.

¹ Docente da Universidade Federal do Rio de Janeiro/Universidade Estácio de Sá. E-mail: patsaldanha@globo.com e patsaldanha@ig.com.br.

² Defendida em abril do presente ano, pela Escola de Comunicação da UFRJ.

A etnorreportagem foi fundamental para legitimar metodologicamente as “idas a campo” no decorrer de todo o projeto. Não se trata aqui de uma reportagem, tampouco de um trabalho etnográfico, mas de uma etnorreportagem. A etnorreportagem advém de um cruzamento de ferramentas interpretativas,

que são instrumentos metodológicos que estão se reconstruindo enquanto ciência e enquanto ofício em meio às demandas de um mundo com necessidades subjetivas cada vez maiores, mais voláteis, e, sem dúvida, mais exigentes com as instituições públicas e privadas que insistem em afirmar que representam, que explicam este mundo. Nossa proposta etnorreportagem – ou de reportagem com o olhar etnógrafo – pode assim ser entendida como uma manifestação metodológica possível, resultado dessas transformações que ocorrem no interior da Comunicação (Amaral, 2006, p.120).

A etnorreportagem permite colocar o conceito do “*close enough*” da antropóloga urbana norte-americana Joanne Pássaro (1997, p.153), cujas idéias apostam numa “dose de proximidade necessária” para que o estudo se desenvolva, respeitando uma determinada regra ética e teórica. Para isso, assumir o papel de pesquisadora e discutir a importância da pesquisa como uma legitimadora de um projeto tão importante foram fundamentais para “superar as desconfiças, por parte do campo”. Assim, a etnorreportagem foi crucial para o desenvolvimento de uma práxis consistente que aparece do decorrer do trabalho. Grande parte da observação para coleta de dados foi efetuada *in loco*. A escolha do objeto também foi essencial para o desenvolvimento do trabalho, uma vez que o Telecentro comunitário contempla, necessariamente, a conexão da questão comunitária com a das Novas Tecnologias no momento em que permite visualizar a inclusão social via digital. Assim, a pesquisa deu enfoque no distrito de Arrozal, localizado no Município de Pirai, em função do projeto Pirai Digital.

O lugar abarca, sem dúvida, formas de Comunidades diferentes, que têm como vinculação afetiva, “um espírito comum”. O distrito de Arrozal representa claramente a dinâmica da Comunidade de vizinhança tönniesiana, em plena ebulição, inclusive com existência de uma sede, que é representada pela escola local, como será visto no desenvolvimento deste artigo.

Não houve grandes dificuldades para visualização da teoria aplicada, principalmente, por conta da familiaridade com que (praticamente todos) os moradores do distrito de Arrozal lidam com a questão das NTICs, independentemente de função ou de classe social.

ARROZAL: UM LUGAR DE COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA OU DE REPRODUÇÃO EM COMUNIDADES?

Quando os membros de uma comunidade têm acesso a dados e a fatos diferenciados dos veiculados pela grande mídia, se mantêm providos da sensatez que lhes permitirá refletir sobre as informações as quais já estão acostumados a receber de determinados veículos de Comunicação. Por outro lado, também podem buscar novas opções, ou ainda, mesclar ambas de acordo com o interesse social, cultural, político ou econômico. Na prática, a partir da aquisição de referências diversificadas, a Comunidade pode ter a chance de vir a se conhecer no ato de produzir. Pois quando produzem de fato, saem da apatia que os leva a simplesmente fabricar e manipular uma reprodução e passam a agir na concepção de *technè* que, diferentemente, prioriza um saber. O caminho que vai conduzir os sujeitos sociais, pertencentes a comunidades é o da educação de verdade. Não o da formação aleatória de escolas que tentam seguir o modelo formal, mas o da educação em si, capaz de desenvolver no sujeito a curiosidade por novas descobertas, o senso crítico, a vontade de investigação, enfim, as expressões que concretizam o senso de autonomia do sujeito social.

Essa é a grande diferença entre a Comunicação comunitária e a Comunicação reproduzida em comunidades. A Comunicação Comunitária desenvolve no sujeito o senso de autonomia. E, uma vez inserida na Cultura da Comunicação, torna-se relevante compreender que uma das formas possíveis de realizar a inclusão social pelo caminho da Comunicação Comunitária é a partir de artefatos tecnológicos, nesse caso, o Telecentro comunitário, que foi retomado no cenário da Cultura da Comunicação.

Nos últimos 20 anos, diversos grupos do Terceiro Setor³ têm considerado não só os meios de Comunicação social (que são representados pelo dispositivo), mas também os veículos de Comunicação social (representados pelas organizações empresariais públicas ou privadas, sindicais, comunitárias,

³ “O termo “Terceiro Setor” foi utilizado pela primeira vez por pesquisadores nos Estados Unidos na década de 70, e a partir da década de 80 passou a ser usado também pelos pesquisadores europeus. Para eles, o termo sugere elementos amplamente relevantes, expressa uma alternativa para as desvantagens tanto no mercado, associadas à maximização do lucro, quanto do governo, com sua burocracia inoperante e ainda, combina a flexibilidade e a eficiência do mercado com a equidade e a previsibilidade da burocracia pública (COELHO, 2000).” <http://terceirosetor.blogspot.com/2008/01/breve-relato-sobre-o-terceiro-setor.html>

etc.) e os movimentos sociais reais providos da capacidade de vivência da Comunicação comunitária e, conseqüentemente, de transformação sócio-cultural como o que já acontece há algum tempo, no distrito de Arrozal.

No Município de Piraí, o projeto da cidade digital, rendeu frutos muito positivos para os habitantes da cidade como o pré-vestibular comunitário, o projeto UCA⁴ e muitas outras atividades desenvolvidas na Comunidade, principalmente, por conta da Escola que sempre funcionou como uma sede para a existência de uma Comunidade consistente.

Na verdade, a sede é uma das características da Comunidade de Parentesco, pensada e desenvolvida pelo filósofo alemão Ferdinand Tönnies, que tem como função reunir as pessoas da família e ser o espaço físico que mantém a coesão do grupo. O fato de existir uma sede não faz com que os conflitos de uma Comunidade desapareçam, mas mantém a concretude da Comunidade.

No caso de Arrozal, a escola conseguiu cumprir um papel de importância indiscutível para a consumação da Comunidade. Uma das potencializações visíveis ocorridas no distrito, foi a inclusão digital promovida pelo projeto UCA. No entanto, é essencial reconhecer que o mérito do processo de inclusão social é da escola. Quer dizer, é da forma como a escola é conduzida e da forma como funciona propriamente.

Na verdade, os líderes da localidade estão plenamente conscientizados que a introdução de computadores potencializou o sentido de Comunidade, mas que esse sentido já era dinâmico no lugar, por conta do espírito de cidadania e de participação dos moradores de Arrozal. De fato a implementação do Telecentro foi uma importante ferramenta de articulação, assim como a rádio comunitária e tantos outros projetos que foram implementados na Comunidade. O resultado da funcionalidade e da importância da escola fica evidente quando se pode constatar que numa reunião geral, quando a escola convocou os responsáveis pelas 398 crianças matriculadas para compare-

⁴O Projeto UCA, Um Computador por Aluno, é uma iniciativa do Governo Federal que, desde 2005, investiga a possibilidade de adoção de laptops educacionais como um meio de elevar a qualidade da educação pública brasileira. O projeto sustenta-se na proposta pedagógica denominada modalidade 1:1, que busca contemplar cada estudante da rede de ensino básico com um laptop. http://www.lec.ufrgs.br/index.php/Projeto_UCA_-_Um_Computador_por_Aluno

cimento na instituição, houve a presença dos responsáveis por 312 alunos matriculados.

Isso é inclusão social e, para Jocemar Rodrigues de Moraes, o Diretor da escola

fazer a inclusão social é um tema muito tranquilo pra gente falar... O que a gente está fazendo aqui é a inclusão social, independente do projeto UCA, pois não é uma coisa que começou agora, não mesmo. Estamos numa escola aberta para a comunidade. Aqui acontece de tudo. É casamento, é aniversário, é festa de 15 anos, batizado, bodas de prata, bodas de ouro... A comunidade utiliza o espaço, a comunidade que vive aqui, faz. A gente tem um agendamento. Aquele agendamento ali já é pra 2008, já há datas marcadas ali pra 2008. Aí a gente faz uma parceria com eles, é... eles doam o material de limpeza, detergente, sal e a gente empresta o espaço pra eles. Temos um pacto de não pedir dinheiro pra nada aqui na escola. Normalmente dizem: “Eu não tô alugando a escola, por R\$ 50,00, R\$ 200,00, R\$ 300,00 . Nós não pedimos a eles, funciona assim: a família traz, quando tem condições, o material para a escola.” Aqui é convidativo... Por isso a gente tem que dedicar um tempo maior do dia para atender a comunidade. Eu tenho 8 horas de trabalho por dia, mas nós chegamos aqui 7h30min e saímos daqui 17h10min, 17h15min... todo dia. De segunda a sexta-feira. Quando tem alguma coisa, qualquer evento, convidam e, geralmente, a gente tem que estar presente (Saldanha, 2008, p.187).

A atual Diretora Adjunta do Ciep 477, a educadora Lea Maria Peixoto estava conosco no dia da visita à escola e complementou a fala do Diretor ao comentar sobre o evento que estava prestes a acontecer e a movimentar Arrozal:

“agora mesmo ela está emprestada, para um aniversário de 15 anos que é de uma aluna da escola. Por exemplo, ... como é uma aluna da escola, a gente pediu um sabão em barra, porque a gente estava precisando naquele momento. Quando tem uma festa de 15 anos você entra às 7h00min da manhã e sai às 2h00min da manhã e quando é conhecido, ele ainda vem cozinhar. Outro exemplo: no final do ano passado a gente queria fazer a conclusão da 8a. série e precisávamos de toalha de mesa, aí a gente pediu o tecido. Levei para casa costurei, fiz a bainha e virou uma toalha de mesa” (Saldanha, 2008, p.188).

De acordo com os dados fornecidos pela Coordenadora de Telecentros do projeto Piráí Digital, Kariane Xavier Barbosa, no distrito de Arrozal, exis-

tem 20 escolas que estão sob a mesma gestão, pois pertencem a mesma secretaria de educação. A partir dos dados e das falas coletadas no decorrer da visita, pode-se concluir que essa cultura não tem nada a ver com a gestão. Nem mesmo é resultado da boa administração, calcada em números ou em estatísticas, que, por conseguinte, passa a ser o menos importante. O que faz daquele grupo uma comunidade, é a capacidade local de colocar em prática o bom projeto pedagógico disponibilizado pela secretaria, que tinha como uma de suas metas o fortalecimento local, através da educação. O que pode ser reforçado quando se percebe que a Comunidade tem identidade própria e que esta identidade é marcada pelo sentimento de cidadania tão visível para quem tem a oportunidade de pisar no território piraiense.

Para Kariane Barbosa, em entrevista a Saldanha (2008, p.188), “a comunidade aqui é muito diferente... as 20 têm a mesma gestão, pois pertencem à mesma secretaria de educação. Só que essa cultura que existe aqui, é local. Essa questão da parceria com a comunidade aqui é muito diferente, porque a comunidade retribui a parceria”.

Em visita feita à cidade pude constatar que a Comunicação tem funções sociais imprescindíveis para a garantia da cidadania. Lá, a rádio comunitária funciona ativamente como ferramenta de Pressão⁵ para conquistar o Bem Comum para o lugar. Segundo Kariane Barbosa (apud Saldanha, 2008, p.189), a comunidade de Arrozal é extremamente participativa,

quando está tudo lindo e maravilhoso eles batem palmas, eles participam. Quando está ruim também eles participam. Porque eles vão pra rádio e falam tudo. Eles fazem a política acontecer sabe? Eles cobram, eles vão à Câmara. Eles cobram o vereador que é daqui e que foi eleito pelo distrito. Eles fazem o que todo cidadão deveria fazer. A cobrança é retorno, não? É você eger o “cara” pra ele fazer alguma coisa. O cidadão aqui pensa assim: “Não peço por mim, mas pela minha comunidade, pelo meu local.” O que eles fazem aqui é MUITO BEM. Porque aqui eles reivindicam mesmo. Não pode prometer nada pra eles, tem que apresentar proposta de trabalho, porque aqui, prometeu tem que cumprir ... e no prazo . É emocionante ver!!! A comunidade daqui é bem ativa. A comunidade daqui participa de tudo. Qualquer coisa que você coloque eles participam em massa. Na semana re-

⁵ A Comunidade como Unidade de Gerência e Pressão foi muito discutida no capítulo dois deste presente trabalho apresentando a visão de Raquel Paiva, que percebe na organização e no ato de pressionar o poder público para conseguir benefícios para o próprio lugar, uma forma de comunidade.

trasada nós viemos aqui com o MEC pra fazer a visita do UCA pro trabalho do MEC as escolas têm o projeto, sabe? Eles ouviram o pessoal da escola falar que ... 398 alunos... À reunião de pais, praticamente todo mundo aqui na escola. Dá um orgulho...

Como não poderíamos deixar de abordar, a questão da violência veio à tona, principalmente porque, quando chegamos numa escola pública, que tinha um computador por aluno, com alunos e funcionários, passeando pelos corredores e carregando um *lap-top*, como se fosse um lápis, a questão do assalto tinha que ser pelo menos mencionada. Para nossa surpresa, o Diretor da escola falou com muita tranquilidade no assunto. Logo no início, Kariane Barbosa (*apud* Saldanha, 2008, p.189), que estava presente se colocou com muita honestidade e transparência no que se refere às drogas, dizendo ter consciência das ocorrências sobre o assunto. “A gente sabe que tem. Se os jovens não têm o que fazer quando saem da escola e voltam pra casa , como em qualquer lugar, aqui há o mesmo problema. Por isso, a importância do trabalho que fazemos. Os que estão aqui, voltam pra escola, pra mexer no computador, e, principalmente, porque os jovens gostam de vir para a escola.”

O Diretor da Escola fez questão de finalizar o assunto de maneira também muito apropriada e consciente da importância do trabalho coletivo de educação real realizado naquele lugar, fundamentalmente, resultante da parceria comunitária territorial.

Se a gente precisar da comunidade pra fazer uma obra, um concerto aqui, ou lá fora, eles vêm e não cobram nada. Se a comunidade precisar pregar alguma coisa, eles vêm. São amigos da escola e por isso, nós mantemos o portão aberto. Aqui não tem ninguém invadindo não. Quando vocês chegaram aqui, o portão estava aberto, não estava? Ele, na verdade, estava encostado, mas estava aberto. Fica assim porque ninguém entra. Agora, um lugar com 6.000 e poucos habitantes tem muitos casos de drogas. Tem ué!! Não adianta mascarar. O que há na cidade grande, aqui também tem. Aqui tem de tudo ... Aqui não tem tiroeio, tal e tal, ainda. Mas droga tem, bebida alcoólica, tem também (Barbosa *apud* Saldanha, 2008, p.190).

A segurança e a honestidade com que tais temas foram abordados dão uma total coerência ao portão aberto e às condições em que encontramos a escola. Limpa, cuidada, cheia de gente independente do turno. Lá os alunos vão para a casa depois do turno e voltam para a escola, porque em Arrozal ficar na escola é bom. Por isso é importante reconhecer que esta Comunidade é

operante na medida em que está configurada longe da via ideativa de Jean-Luc Nancy e é muito próxima do real. Com violência, com alguns casos de drogas, mas com a força do espírito comunitário que mantém viva a Comunidade daquele lugar. Por isso, pode-se dizer que lá a questão é de território e ninguém assalta os computadores da escola nem a escola, porque não faz sentido assaltar o que é deles.

PIRAÍ WIRELESS: UMA PRÁXIS DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

O projeto Pirai Digital - o projeto da Cidade Digital - começou a ser concebido em 1997, mas sua implementação aconteceu a partir do ano de 2003. Quando o Luiz Fernando Pezão assumiu a prefeitura, a cidade estava um caos porque a Light tinha sido privatizada. No processo de mudança, com a privatização da Light, a empresa Papel Pirai que era OSCIPE (Organização Social de Interesse Público) fechou. Como consequência desse fechamento, muita gente ficou desempregada. Então, o Prefeito começou a procurar uma solução para a situação caótica em que o Município se encontrava. Naquela época, o comércio começou a enfraquecer, os profissionais começaram a se deslocar: uns, na medida em que foram se aposentando e outros porque foram demitidos e precisavam trabalhar.

Uma das iniciativas do Prefeito, à época, que deu uma visibilidade bastante positiva para a cidade foi a implementação de projetos que tinham como objetivo principal, estimular a recuperação financeira da cidade com projetos culturais e econômicos, ligados à agricultura e à piscicultura, que dariam, por conseguinte, subsídios para os festivais gastronômicos⁶ que fizeram parte do primeiro grande sucesso da cidade de Pirai. Dentre as culturas incentivadas, como a produção e distribuição de suco de uva e

⁶ O Pirai Fest Paladar, em sua 5ª edição, consolida-se como uma das melhores festas populares de toda a região, valorizando os produtos locais, a cultura, a arte e o artesanato da região, movimentando milhares de reais em receita para a economia do município e atraindo um grande público das mais variadas classes sociais e localidades do Estado do Rio de Janeiro. De acordo com estimativas feitas pela organização da festa, mais de 100 mil pessoas estiveram presentes ao evento, durante os 5 dias em que foi realizado. Outro dado importante, ainda baseado em números parciais, é que o evento movimentou mais de R\$ 700 mil para a economia do município, através da venda de produtos, serviços de hotelaria, restaurantes e outras atividades. <http://www.pirai.rj.gov.br/primeirapagina.php?id=338>

o cultivo de macadâmia, a pesca da Tilápia⁷ teve uma representatividade muito grande para a população piraiense, porque atraiu novas empresas que movimentaram a economia local.

No entanto, as atitudes empreendedoras do Prefeito, que só tinha dois computadores em seu local de trabalho, não pararam por aí. Criou-se um projeto de Desenvolvimento Local que considerava todas as possibilidades de trabalho que vinham sendo feitas até então, e criou-se o projeto Plano Diretor. Segundo Kariane Barbosa (*apud* Saldanha, 2008, p.197.),

Ele pensou também, como ele iria atrair essas empresas, tipo a Cintra, essas empresas todas que a gente tem hoje, etc... Como essas empresas seriam atraídas se não tivéssemos estrutura tecnológica. Começaram a trabalhar em cima do Plano Diretor de Informática. Convidou o Franklin e a Maria Helena que foram os idealizadores. Pensaram como poderia ser feito o projeto. A questão da rede. Tinha que ser feito um projeto. O projeto de rede que a princípio eles pensaram ser todo WIRELESS. Depois pensaram em fazer parte WIRELESS, parte não. Aí, entra naquela história que a Maria Helena contou que ocorreu no BNDES. Ele levou um projeto e disseram a ele que pensaram que “ele estava levando um fusquinha e ele apareceu com uma BMW”. Por isso, que eu falo que ele foi “o cara”. Era uma pessoa de visão. Tinha que partir dele, ele era o governante, ele era o prefeito. Se não fosse vontade política, nada iria acontecer. Esse prefeito fez toda a diferença. Ele pegou dois governos, né? Quatro anos mais quatro anos, depois ele se reelegeu e aí deu tempo de estruturar tudo, de fazer isso tudo. O Pezão trabalhou muito... Ele tem o apelido de “pidão”. Lá, em Brasília, principalmente. Ele ganhou um São Pidão de uma irmã que tem aqui, a irmã Elizabeth. Ele anda com esse santo porque... O governante tem que ter essa visão mesmo. O que adianta o “camarada” estar lá no governo e fazer uma coisinha ou outra? Ele

⁷ O estímulo oferecido pela Secretaria de Agricultura, Abastecimento, Pesca e Desenvolvimento do Interior à criação de peixes em tanques trouxe ao município além de centenas de empregos diretos e indiretos, trabalho e renda dentro do programa de agricultura familiar. A intenção da fábrica é aproveitar a produção do próprio município, como milho, sorgo e outros cereais típicos da região, utilizados como matéria-prima para a produção de ração. Fundada em 2002, em São Paulo, a Adimaz Industrial e Comercial de Alimentos, de olho no mercado fluminense, criou em 2004 a Tuko Pirai, que atua na área de fabricação de rações para pequenos animais, com destaque para a ração para peixe, em especial a tilápia. Pirai tem cadastrados cerca de 50 produtores, que junto com outros tantos da região são responsáveis pela produção de sete toneladas de tilápias por mês. Presente à cerimônia, o ex-prefeito de Pirai, Luiz Fernando de Souza Pezão, que viria a ser o futuro vice-governador do estado, reconheceu o empenho da atual administração pelo desenvolvimento do interior fluminense. http://www.imprensa.rj.gov.br/SCSiteImprensa/detalhe_noticia.asp?ident=35495

não. Ele transformou isso aqui. Nada disso era assim. Hoje, além de todos os locais da prefeitura serem informatizados, tudo tem computador, todas as escolas têm laboratório de Informática. São 20 escolas.

Outra diferença do Prefeito empreendedor foi o investimento em educação. Duas medidas concretas que melhoraram, num prazo muito curto, a vida das pessoas foi a chegada da creche comunitária e a chegada de uma Universidade Pública e de qualidade no Município. Na verdade, foi a chegada do CEDERJ que é o consórcio das Universidades Federais: UFRJ, UFF, UERJ e Rural.

Segundo Maria Helena Horta Jardim, “qualquer projeto de política pública sério passa por um projeto de educação pública de qualidade.” Professora com formação em Matemática e com ideais bem vivos ligados à justiça social, Maria Helena começou a participar dessa história quando cumpria a função de avaliadora do MEC. Ao se deparar com um projeto do quilate do PRODERJ, levou a idéia ao Fernando Pezão e ambos, cidadãos piraienses, investiram todas as energias na implementação de um pólo do CEDERJ em Piraí. Segundo a própria Maria Helena, a primeira iniciativa para o sucesso do projeto só fora realizada em função da vontade política do Secretário de Educação (Fernando Pelegrino). “Vontade política, não? O secretário agitou. Ali onde está o CEDERJ era a secretaria de educação. Segundo nossa avaliação na época, chegamos à conclusão: _ O melhor lugar seria esse aqui! Então, vai ser aqui! No dia seguinte começaram a obra e em 45 dias tínhamos a instalação do CEDERJ pronta”, concluiu a Coordenadora Executiva e Educacional do projeto.

Para Kariane Barbosa (Saldanha, 2008, p.198), o sucesso pode ser observado na mudança de comportamento que ocorria dia após dia, no lugarejo que já se reconhecía de outra forma.

Pra quem não tinha nada, ter isso tudo, tão de repente... aí você olha pra trás e se pergunta: como que eu vivi antes sem isso? Por que é complicado, não é? Hoje pra gente já é muito natural. As pessoas já se acostumaram, tem internet na rua, a hora que quiser, a hora que precisar, é de graça. Entendeu? Então, é muito difícil a gente se imaginar sem isso agora... Assim, só não vai estudar nem ser um profissional mesmo para o mercado de trabalho, quem não quiser. O CEDERJ, a cada ano que passa aumenta o espaço e o número de cursos. Temos previsão da chegada do curso de Química e já estamos alargando o espaço do colégio estadual que há ali na frente. Ou seja, o pólo já está pequeno. E a tendência é só crescer, com a pósgraduação... e

por aí vai. A Maria Helena não vai deixar isso parar nunca. Ela e o Franklin o defendem com unhas e dentes e a gente também acaba ficando orgulhoso de fazer parte disso tudo.

Entrou em vigor a segunda parte crucial para o projeto ser implementado: realizar um vestibular para concretizar a entrada dos cidadãos e estimulá-los os mesmos para que acreditassem ter chance de poder participar e de continuar frequentando as aulas. Não haveria o menor sentido estimular a entrada dos alunos sem um acompanhamento. Senão, os idealizadores do projeto correriam o risco de transformar a iniciativa numa EIC. A idéia era garantir o acesso aos cidadãos de Pirai.

Tinham que elaborar algo que, pelo menos aumentasse a chance de igualdade de participação dos moradores do lugar. Criaram, então, o pré-vestibular. Quando a idéia foi levada à Secretaria de Administração, o trâmite a ser seguido era tão extenso, que a idéia podia estar fadada ao fracasso. Como divulgá-la? Como fazer a Comunicação em tempo “record”, em função do cronograma do projeto? Mais uma vez a resposta veio do Jardim de Maria Helena Horta⁸ que floresceu e a professora piraiense partiu para a ação. Alimentada pela vontade política para que o projeto acontecesse, recorreu à ferramenta que viabilizaria a publicidade da idéia: rádio comunitária de Arrozal. Após o anúncio na Rádio Comunitária, em 25 minutos as vagas já estavam lotadas.

Quer dizer, uma cidade que possuía apenas dois computadores em sua prefeitura, após oito anos de muito trabalho coletivo, envolvendo os políticos do lugar, a população, os professores e os pescadores fizeram a transformação de uma zona pouco conhecida numa das cidades mais famosas do mundo. É importante reforçar que o reconhecimento local por parte dos moradores da cidade veio de forma imediata, principalmente, quando no fim do mandato, o Prefeito colocou um telão na ágora de Pirai e prestou contas à população. Esse tipo de ação prática, respeitosa e cidadã fortaleceu a identidade territorial da cidade da Tilápia e da Macadâmia e encheu o peito do cidadão de esperança e a cabeça, de novas idéias, principalmente, porque lá em Pirai é possível colocar em prática tudo o que se vive na cidade. Mesmo quem não estuda na escola, que foi contemplada pelo projeto UCA, pode frequentar os Telecentros que foram implementados na cidade.

⁸ Nome completo da Coordenadora Executiva e Educacional: Maria Helena Caltiero Horta Jardim.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os Telecentros comunitários da cidade vivem lotados. A confirmação dessa informação foi possível, pois quando estivemos no lugar verificamos que há uma planilha para que os moradores possam fazer seus agendamentos. Dependendo do horário, o estabelecimento fica lotado e até com fila na porta. A movimentação acontece com uma intensidade contagiante.

É possível fazer um relato sobre essa vivência em função do método escolhido, mas só vivendo a experiência podemos visualizar os limites *kantianos* da Comunidade e sentir a possibilidade do poder vir a ser do *dasein* heideggeriano. Contudo, não é possível que se perca a crítica, mesmo com o encantamento da vivência tão positiva de Piraí.

Parafraseando Maria Helena Horta, essa experiência é o “caminho que se faz ao caminhar”. É preciso viver para ser. Segundo a própria professora, há vários riscos em relação ao Telecentro que está conectado à rede. Dentre muitos, o risco evidente está em descaracterizar o projeto. O maior risco é a apropriação e o mau uso de um projeto transformador num discurso de democratização para que a aceitação, por parte da opinião pública, seja facilitada. Alterar um projeto dessa natureza, que só deu certo por ter sido construído coletivamente, com Comunidade, prefeitura e vários parceiros e por ter sido fortificado em função de um saber acumulado, em mais uma ferramenta de mercado, ou em mais um elemento de propaganda política, seria um crime.

Colocar um projeto em 300 escolas sem uma proposta concreta, visando a boa implementação e continuidade, sem o verdadeiro engajamento de todas as prefeituras seria seguir o caminho do atoleiro. Nesse diapasão, a Comunicação seria fundamental. De qualquer forma, a Comunicação só iria funcionar com o envolvimento da Comunidade.

Na cidade digital, os moradores recebem uma senha na prefeitura e podem acessar seus computadores em qualquer lugar. Existem quiosques nas praças, na rodoviária, na cooperativa de artesanato, enfim, em todos os lugares. As pessoas usam de fato o maquinário para trabalhar, para pegar receitas, para divulgar o seu trabalho, para acessar sites de relacionamento, para pagar contas bancárias, etc.

Dentre tantas histórias riquíssimas da cidade, há duas que merecem ser contadas. A primeira é que, em certa ocasião, aconteceu uma visita de representantes da ONU em Piraí, todos muito bem trajados. Quando estavam na cooperativa conhecendo o quiosque, veio um pescador, parou no quiosque e consultou uma informação no Instituto de Meteorologia. Um dos consultores se aproximou para saber o que o tal pescador, que enxugava as mãos num paninho que estava ao seu alcance, estava fazendo ali. O pescador explicou que, na verdade, estava pescando, mas deu uma paradinha para verificar o tempo para calcular o rumo das Tilápias, pois dessa forma, ele pescaria mais em menos tempo. Caso a pescaria não estivesse valendo à pena, voltaria para casa para ficar com a família.

Outro fato marcante se deu quando estava na escola em Arrozal. Muito impressionada com a desenvoltura com que as crianças levavam seus *lap-tops* de um lado para o outro, perguntei a um funcionário, que acabara de ajudar um aluno, qual era a sua função e se ele também manuseava, com facilidade, o computador. A resposta dele foi: “— Sou servente. Claro que mexo! Aqui todo mundo usa computador”. Então, eu (na posição de pesquisadora) o provoquei: “— Todo mundo não, se um não usar, já não é todo mundo”. O rapaz ficou me olhando meio estático. Nesse exato instante, uma faxineira com material de limpeza cruzou o mesmo corredor. Fui até ela. Quando perguntei se usava computador, a faxineira me respondeu: “— Claro! Eu pego as receitas da Ana Maria Braga. Peguei a de um bolo de chocolate muito bom!”. E o servente completou: “— Eu disse!”.

A intimidade com o computador, não acontece lá pela disponibilidade de computadores na cidade. O processo é todo em função do espírito de coletividade da Comunidade. Só com a Comunidade envolvida é que a Comunicação funciona. Não adianta engordar as estatísticas, nem sair distribuindo computadores pelas escolas públicas. Na realidade, uma atitude dessa ordem será a comprovação do mau uso e do mau gasto do dinheiro público. Distribuição de computadores não cria vinculação social, não estabelece “nexo atrativo entre o si próprio e o outro”. Apenas pode vir a se transformar numa pauta criativa de um meio de Comunicação massivo e alastrará uma falsa idéia de um projeto bem sucedido, que na verdade, nunca aconteceu. É importante ressaltar que Telecentro não se instala, se constrói no coletivo. Obviamente, a iniciativa de instalação dos micros e dos equipamentos de ordem técnica que o farão acontecer são necessários, mas o Telecentro não é linha de chegada, é ponto de partida. Seria a atitude derradeira: transformar o Telecentro que funciona em rede numa rede, de Telecentros.

MEC compra telecentros para nove mil escolas: Nove mil escolas públicas urbanas de todo o País que ainda não dispõem de laboratórios de informática passarão a contar com o serviço a partir do início de 2008. Na semana passada, a Secretaria de Educação a Distância (Seed/MEC) escolheu uma empresa, por meio de pregão eletrônico, que fornecerá e instalará os telecentros. ... Com a aprovação do MEC, a empresa começará, no início do ano que vem, a entregar e instalar as estações e a oferecer suporte para as escolas espalhadas pelas 27 unidades da Federação. A empresa também terá a responsabilidade de oferecer todo o suporte necessário às escolas beneficiadas. “Desde o início de 2007, o ProInfo já passou de um atendimento de 1.800 municípios para aproximadamente 5.300, saltando de aproximadamente 6.500 para 13 mil escolas até o final do ano. Com isso, nós já praticamente universalizamos o atendimento às escolas de ensino médio brasileiras”, explica o diretor do Departamento de Infra-Estrutura Tecnológica da Secretaria de Educação a Distância, José Guilherme Moreira. A previsão é de que, até 2010, cerca de 80 mil escolas de 5ª a 8ª séries, que ainda não contavam com laboratórios de Informática terão sido equipadas pelo Programa Nacional de Informática na Educação, sendo 20 mil delas em 2008⁹.

Daí a importância da Comunicação Social, para que a elaboração da notícia seja feita com uma linguagem mais adequada, de forma que não seja possível torcer o sentido da informação. Como se executa a compra de um Telecentro? Como seria possível a veiculação de uma notícia dessa natureza, por uma fonte oficial do poder público?

O formato certinho, já tira os traços dos Telecentros comunitários que têm computadores, impressora, ar condicionado e instrutores mas, geralmente, não é regra. A regra existe sim, mas atua em outras instâncias. O fato do Telecentro ser comunitário já pressupõe a existência de uma conduta que deve ser seguida pelos usuários. Geralmente, essas regras são colocadas em *banners* que ficam expostos num lugar bem visível. Além disso, há a presença do instrutor que toma conta do lugar. Nos Telecentros visitados por mim, pude perceber que nem a forma de conduzir os centros é igual. Para concluir, o perigo do Telecentro se transformar numa franquia “certinha” igual a do Mac Donald’s é perder a sua essência de resgatar o vir-a-ser dos membros da comunidade na qual está inserida, deixando, portanto, de ser um dispositivo tão importante para a práxis da Comunicação Comunitária.

⁹ Editado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - N°569-Brasília, 14 de novembro de 2007

REFERÊNCIAS

- Amaral, N. (2006). *Mídia e Quilombos na Amazônia*. Tese de Doutorado, UFRJ, 190p.
- Bauman, Z. (1999). *Comunidades: as consequências humanas*. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 145p.
- Belizário, A., Guerin, D., Santos, J., Souza, J. (2007). Redes de Relacionamento. É possível afirmar que o espaço virtual estimula e fomenta mecanismos de Comunicação comunitária? *Revista do LECC*. 1, p. 61-63.
- Boff, L. (2000). Cuidado: o ethos do humano. In: FERREIRA, G.; FONSÊCA, P. (Orgs.). *Conversando em casa*. Rio de Janeiro: 7 Letras, p.73-78.
- Dowbor, L. *A reprodução social*. Petrópolis: Ed. Vozes, s.d.
- Giddens, A. (1991). *As consequências da modernidade*. Tradução de Raul Fiker. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 177p.
- Geertz, C. (1978). *A interpretação estrutural*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Hall, S. (1999). *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Trad. Thomaz Tadeu da Silva e Guaciara Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 102p.
- Heidegger, M. (1995). *Língua de tradição e língua técnica*. Tradução Mário Botas. Lisboa: Vega, 75p.
- Hobbes, T. (1979). *Leviatã ou matéria, forma e poder de um Estado Eclesiástico e Civil*. Tradução de João Paulo Monteiro e Maria Beatriz Nizzada Silva. São Paulo: Abril Cultural, 419p.
- Lévi-Strauss, C. (1967). *Antropologia estrutural*. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro.
- Paiva, R.(2007). *O retorno da comunidade: novos caminhos para o social*. Rio de Janeiro: MAUAD, 175p.
- Paiva, R. (1998). *O Espírito Comum - comunidade, mídia e globalismo*. Petrópolis: Vozes, 205 p.
- Passaro, J. (1997). “You Can’t Take the Subway to the Field! “Village” Epistemologies in the Global Village, In: *Anthropological Locations. Boundaries and Grounds of a Field Science* University of California Press, p. 147-162.
- Rego, P. C. (1995). Hábito e liberdade. Algumas considerações sobre a natureza do ethos. *Síntese Nova Fase*, 22, 69, p.179-192.
- Saldanha, P. (2008). *Telecentro Comunitário: dispositivo que viabiliza a inclusão humana no social*. Tese de doutorado, ECO-UFRJ, 221p.
- Sodré. M. (2002). *Antropológica do espelho: uma teoria da Comunicação linear em rede*. Petrópolis, RJ: Vozes, 268p.
- _____. (1992). *O social irradiado: violência urbana, neogrotesco e mídia*. São Paulo: Cortez, 127p.
- _____. (1988). *O terreiro e a cidade – A forma social negro-brasileira*. Petrópolis: Vozes, 165 p.
- _____. (1996). *Reinventando a cultura – A Comunicação e seus produtos*. Petrópolis: Vozes, 180p.
- Tönnies, F. (1979). *Comunidad y asociación - El comunismo y el socialismo como formas de vida social*. Trad. José Francisco Ivars. Barcelona:Ed. Peninsula, 282p.

Enrédate. Tecnologías Comunitarias

Réplica de un proyecto sobre apropiación de las TIC en sectores marginados

Blanca Chong López¹
Gabriela Aguilar Ramos²
José Luz Ornelas López³
José Alfredo Morales Pérez⁴
Sindy de la Torre Pacheco⁵



RESUMEN

Las TIC son un nuevo factor de desigualdad social debido a que provocan una distancia cultural entre los sectores de la población que acceden a ellas y quienes no tienen esa posibilidad. Este fenómeno genera un nuevo tipo de analfabetismo, que consiste en la incapacidad para el uso de esas nuevas tecnologías.

Hoy en día, cuando la comunicación se produce no sólo a través del lenguaje escrito, sino también a través de otros lenguajes, el concepto de alfabetización cambia por completo. Una persona analfabeta tecnológicamente queda al margen de la nueva red comunicativa. Aquellos ciudadanos que no sepan desenvolverse en la cultura y tecnología digital no tendrán oportunidad de acceder a la cultura de la sociedad de la información. Quienes no estén cualificados para el uso de las TIC tendrán altas probabilidades de ser marginados culturales. Ante esta situación, las TIC sólo serán verdaderas herramientas para el desarrollo cuando se implementen políticas y programas que aseguren la igualdad de oportunidades, donde participen todos los sectores sociales; cuando las acciones se orienten no sólo a la conectividad y la habilitación para el uso instrumental de la tecnología, sino que se amplíen las capacidades de las personas para la búsqueda y aplicación de la información.

¹ Doctora en Ciencias de la Comunicación Social. blanchong@mail.uadec.mx

² Licenciada en Sociología. gabriela_aguilarmx@yahoo.com

³ Doctor en Ciencias Sociales. Jlornelas10@yahoo.com.mx

⁴ Licenciado en Sociología. alfredo.morales@hotmail.com

⁵ Licenciada en Antropología Social. Universidad Autónoma de Coahuila. México.

En este trabajo se presentan los avances de la réplica del proyecto “Enrédate. Tecnologías Comunitarias”, originalmente desarrollado en el estado de Colima, en dos comunidades del municipio de Viesca, Coahuila: Boquilla de las Perlas y Tejabán de la Rosita, en las que se trabaja con 60 niños. El objetivo general es promover el empoderamiento y el desarrollo sostenible de comunidades rurales marginadas, a través del uso de metodologías participativas, encaminadas a la apropiación creativa de las nuevas tecnologías de información y comunicación. **Palabras clave:** Tecnologías, comunicación comunitaria.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo forma parte de las actividades de la red sobre Cultura, Comunicación, Tecnologías y Desarrollo que han constituido la Universidad de Colima, Universidad Autónoma de Coahuila y Universidad Autónoma de Nuevo León. Se trata de la réplica del proyecto de investigación “Enrédate. Tecnologías Comunitarias”, desarrollado en el estado de Colima (Zermeño, et ál., 2007) y que tiene como objetivo promover el empoderamiento y el desarrollo sostenible de comunidades rurales marginadas, a través del uso de metodologías participativas, encaminadas a la apropiación creativa de las nuevas tecnologías de información y comunicación.

A través de la Investigación Acción Participativa (IAP) se trabaja con “grupos semilla”, que realizan sus propios proyectos, buscando que desarrollen competencias instrumentales y crítico-reflexivas para identificar problemas sociales en su comunidad y proponer soluciones utilizando tecnologías de información y comunicación (TIC).

Se parte de que en la lógica de la Sociedad de la Información, el que poblaciones en condiciones de pobreza —marginadas, excluidas o desplazadas— no cuenten además con acceso a las TIC, genera un mayor riesgo de precariedad. Es decir, estas tecnologías fomentan el desarrollo de sectores privilegiados de la población, pero al mismo tiempo marginan y colocan en posición de riesgo a quienes no tienen esa condición. Ante esta situación se considera que las TIC sólo serán verdaderas herramientas para el desarrollo cuando se implementen políticas y programas que aseguren la igualdad de oportunidades, en las que participen todos los sectores sociales y las acciones favorezcan no sólo la conectividad y la habilitación para el uso instrumental de la tecnología, sino que se amplíen las capacidades de las personas

para la búsqueda y aplicación de la información, junto a la responsabilidad social que esto conlleva (Zermeño et ál., 2007).

Algunos elementos que nos permiten sustentar el desarrollo de un proyecto de esta naturaleza, son los siguientes:

LA BRECHA DIGITAL

Las cifras del acceso a la convergencia tecnológica, según el informe 2001 de Nielsen/NetRatings, señalan que de los 429 millones de internautas en el mundo, 41% se ubicaba en Estados Unidos y Canadá, mientras que Europa, Medio Oriente y África concentraban 27% del total. América Latina alcanzaba únicamente el 4% (Crovi, 2002). Otros datos y fuentes distintas confirman lo anterior: la mayor parte de las TIC se concentran en los países desarrollados.

En México, en el año 2000 por cada 10 mil habitantes únicamente 80 usaban Internet. El 10% de quienes habitaban en el Distrito Federal tenían acceso a Internet, mientras que en las principales poblaciones del sureste sólo 4% disponía del uso de la red. Según INEGI (2000), entre el 83 y el 85% de las personas eran analfabetas informáticos, es decir que de 97.4% millones de mexicanos que había en el país, 81.4% no sabía manejar una computadora.

Hoy, según estudio de la Asociación Mexicana de Internet (2007), de un total de 14.8 millones de computadoras personales con que se cuenta en el país, 8.7 millones (el 59%) tienen acceso a Internet. Existen 22.7 millones de internautas, de los cuales 1.8 millones son personas de 13 años en adelante que habitan en zonas no urbanas.

La brecha digital ha sido incorporada a la agenda de los Estados; sin embargo, el acento ha sido puesto en la infraestructura tecnológica, que sin duda es importante, pero lo fundamental sería dotar a las personas de las capacidades cognitivas que les permitan seleccionar, jerarquizar, interpretar y hacer uso de la información para mejorar su calidad de vida. Para Crovi (2002), la brecha digital tiene tres dimensiones por lo menos:

1. *Tecnológica*. Proveer la infraestructura necesaria para la incorporación a la Sociedad de la Información y el Conocimiento.
2. *De conocimiento*. Se refiere a las habilidades y saberes que deben poseer los individuos para que sean capaces de apropiarse de las herramientas tecnológicas y a partir de ello modificar sus prácticas culturales cotidianas.
3. *De participación*. Que los recursos que aporta la convergencia tecnológica puedan ser empleados de tal forma que los individuos y las naciones tengan las mismas oportunidades para manifestarse, participar e intervenir en las decisiones globales de la sociedad.

La ausencia de cualquiera de estas dimensiones en el tratamiento de la brecha digital implica atender de manera parcial las necesidades existentes, tanto en el orden de la infraestructura como del acceso e igualdad de oportunidades.

Cuando la brecha digital se refiere a las diferencias de acceso que existen entre los ciudadanos (ya sea debido a falta de capacitación para manejar los instrumentos o a falta de infraestructura tecnológica), se le ha denominado *analfabetismo informático*. En este caso la propuesta es alfabetizar a los ciudadanos.

ANALFABETISMO INFORMÁTICO

Las TIC son un nuevo factor de desigualdad social debido a que las mismas están empezando a provocar una distancia cultural entre los sectores de la población que acceden a ellas y quienes no tienen esa posibilidad. Este fenómeno está generando un nuevo tipo de analfabetismo, que consiste en la incapacidad para el acceso que se desarrolla a partir del uso de esas nuevas tecnologías (Area, 2002).

Hoy en día, cuando la comunicación se produce no sólo a través del lenguaje escrito, sino también a través de otros lenguajes, el concepto de alfabetización cambia por completo. Una persona analfabeta tecnológicamente queda al margen de la nueva red comunicativa. Aquellos ciudadanos que no sepan desenvolverse en la cultura y tecnología digital no tendrán oportunidad de acceder a la cultura de la sociedad de la información. Quienes no estén cualificados para el uso de las TIC tendrán altas probabilidades de ser marginados culturales.

COMPETENCIA DIGITAL

Para lograr la incorporación a la Sociedad de la Información y el Conocimiento es necesario desarrollar la competencia digital, que consiste en disponer de habilidades para buscar, obtener, procesar y comunicar información, y para transformarla en conocimiento. El uso interactivo de las tecnologías implica transformación de la manera de trabajar y cambios en el acceso a la información y el conocimiento. Ambos factores requieren de la alfabetización digital, es decir, del dominio de habilidades tecnológicas básicas (navegación por Internet, uso del correo electrónico, de los buscadores y de *softwares*) que debe ser acompañado de una reflexión sobre el potencial y la naturaleza de las tecnologías de la información y la comunicación.

Disponer de información no equivale a producción de conocimiento: transformar la información en conocimiento requiere destrezas de organización, relación, análisis, síntesis y de inferencia y deducción de diferentes niveles de complejidad; es decir, la comprensión y su integración en los esquemas previos de conocimiento (Gómez, 2007).

La competencia digital se expresa en la adquisición y desarrollo de habilidades para el trabajo colaborativo, el conocimiento de los diferentes registros y lenguajes de comunicación, de los métodos de participación en la construcción y desarrollo de proyectos conjuntos, y la utilización de servicios en línea para el trabajo colaborativo.

Además, las competencias imprescindibles para desenvolverse en la sociedad de la información incluyen un conjunto de nuevas habilidades que es posible agrupar en dos niveles: a) Competencias personales y sociales, relacionadas con la habilidad de aprender continuamente, adaptándose al cambio, y b) Competencias tecnológicas, que se refieren a la habilidad para usar computadoras y en general las TIC.

ALFABETIZACIÓN DIGITAL

Se refiere a la acción organizada, infraestructural y metodológicamente, que persigue el objetivo de incorporar personas, sea cual sea su punto de partida y su condición social o cultural, a las corrientes de conocimiento y actividad desarrolladas en torno a las TIC. Los procesos de alfabetización tecnológica se pueden desarrollar en tres líneas: *La formación*, como elemento clave para

posibilitar el uso de las TIC; *el desarrollo de centros de acceso*, con el fin de lograr igualdad en las oportunidades de acceso a la tecnología; *la participación comunitaria*, a partir de la inclusión de la persona en las corrientes de generación e intercambio de conocimiento de su comunidad.

En este sentido se entiende la alfabetización digital o tecnológica cómo:

- Un proceso educativo en el que las personas incorporan a su actividad habitual nuevas maneras de hacer, convirtiéndose en agentes activos de su propio desarrollo.
- Un instrumento para facilitar que toda la población conozca la utilización y las consecuencias del uso de las TIC para evitar las desigualdades
- Un medio para dotar de las habilidades necesarias a la ciudadanía y contribuir a su mejor desarrollo en la Sociedad de la Información.
- Un método de acercamiento equitativo de toda la población a las tecnologías, para conocer la realidad tecnológica.
- Una alfabetización tecnológica que se desarrolla a través de proyectos dirigidos a los diferentes sectores de población, con los cuales se trabaja en el marco de una estrategia que permita a la ciudadanía adquirir conocimientos tecnológicos básicos y desarrollar nuevas tareas.
- Un proceso por el cual se llega al conocimiento de una nueva forma de vida a través del uso de las TIC.
- Un medio para desarrollar la independencia y la autonomía personal en el uso de las tecnologías y lograr capacidad suficiente para aprender y acumular conocimientos, innovar y actuar, explotando nuevas posibilidades de relacionarse.
- Una transformación en la manera de vida y pensamiento de las personas. No se entiende solo como familiarizar a una persona en el uso y manejo de la computadora o de la Internet, sino también mostrarle las posibilidades que las tecnologías ofrecen.

“ENRÉDATE” EN VIESCA, COAHUILA

La réplica de “Enrédate” se desarrolla actualmente en dos comunidades del municipio de Viesca, que es uno con los niveles más bajos de bienestar

socioeconómico en el estado de Coahuila, con una población de 19.328 (INEGI, 2005). Algunos de los rasgos que evidencian su marginación son los siguientes:

- El municipio cuenta con 19.328 habitantes, distribuidos en 102 localidades. El 20.5% del total de la población tiene entre 6 y 14 años de edad.
- Dentro de los servicios con que se cuenta, casi la totalidad de la población dispone de energía eléctrica y agua potable, pero únicamente el 40% tiene pavimento y el 6% drenaje.
- El grado promedio de escolaridad es de 6.36; el 23.5% de la población de 15 años y más cuentan sólo con educación primaria, y el 6% de las personas de ese grupo de edad son analfabetas, por lo que en términos generales es una población de baja escolaridad.
- El 99% de la población económicamente activa se dedica a la agricultura y ganadería; únicamente el 1% trabaja en alguna de las cuatro maquiladoras de ropa instaladas en el municipio.
- El promedio de ocupantes por vivienda es de 4.31, mientras el 14.26% del total de hogares tienen jefatura femenina.
- En el acceso a las tecnologías de información, sólo el 1.8% de los hogares del municipio cuenta con una computadora.

Se trabaja con 60 niños que estudian en dos comunidades de Viesca, 30 de Tejabán de La Rosita y 30 de Boquilla de las Perlas. (En la tabla 1 se muestran algunos datos que se refieren a la población de estas dos congregaciones).

A continuación se describe la experiencia en la implementación del proyecto en uno de los poblados mencionados.

DIFICULTADES POR CARENCIAS DE INFRAESTRUCTURA EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO “ENREDATE”

El ejido Boquilla de las Perlas, con su marcado rezago económico y social, fue una de las dos comunidades donde se decidió poner en práctica el proyecto “Enredate. Tecnologías comunitarias”, porque cuenta con dos pequeños centros de cómputo, uno en la escuela secundaria y el otro en la prepa-

ratoria, como resultado de las acciones de un programa que el gobierno del estado de Coahuila está instrumentando para tratar de acercar, de alguna manera, los avances de las tecnologías de la información y la comunicación a los estudiantes de las zonas rurales marginadas.

Los profesores de la escuela primaria de Boquilla, así como un grupo de padres de familia, estuvieron de acuerdo en que aprender el uso de las nuevas tecnologías sería beneficioso para los alumnos y para sus hijos, y por eso admitieron que participaran en el proyecto que se les presentó. Los niños mencionaron que no podían usar las computadoras desde que se instalaron en la preparatoria —que es el lugar cuya política es de acceso comunitario— porque no sabían “cómo hacerle”.

En un principio, el grupo de investigadores y los estudiantes de octavo semestre de la carrera de Comunicación, quienes se comprometieron a echar andar el proyecto los sábados por la mañana y hasta el medio día, habían visto con buenos ojos la existencia de los dos centros de cómputo escolares mencionados, aunque al comienzo el director de la secundaria no aceptó que los niños del proyecto tuvieran acceso a sus instalaciones, a pesar de que los sábados estas no se ocupan. No sólo eso, sino que desde los primeros acercamientos comenzó a observarse que las condiciones materiales del medio rural elegido, siguiendo la propuesta metodológica del proyecto, dificultarían el trabajo.

En uno de los salones de la escuela primaria de Boquilla se dio inicio al desarrollo del proyecto para el grupo local, compuesto por 30 niños y niñas de 5° y 6° grado. Las actividades comenzaron con la familiarización y la manipulación de las nuevas tecnologías, representadas por las cámaras fotográficas digitales, las grabadoras digitales, las cámaras de video y el escáner; con la orientación de cinco estudiantes como tutoras iniciaron el aprendizaje de su uso adecuado, con la admiración y el regocijo que a los niños causaron los aparatos que se les fueron proporcionando de uno en uno cada sábado. Al mismo tiempo, se les fue orientando para que en las fases prácticas de ese adiestramiento tomaran fotografías, hicieran entrevistas con gente de la comunidad, videograbaran ellos mismos las narraciones de sus compañeros, y escanearan sus dibujos. Se les pidió que estos ejercicios se enfocaran hacia los problemas del deterioro del medio ambiente, que es muy marcado en su comunidad; el derecho y las obligaciones de los niños; la posible difusión de su cultura local, y la narrativa de la fundación del ejido y otras leyendas y cuentos fantásticos que circulan en las charlas cotidianas familiares. Todo

ello en la perspectiva de que, por medio de estas tecnologías, podrían, al término de las prácticas, tener un producto de comunicación para llamar la atención aportando algo para la comunidad.

Sin embargo, durante esta primera fase del proyecto se tuvo una primera limitación. Cuando se intentó mostrar a los niños cómo los productos que generaron con estos aparatos podían ser bajados a una computadora y guardarse para difundirlas posteriormente a su comunidad y a otros lugares cercanos o lejanos, las tutoras se toparon con que la capacidad de la energía eléctrica de la escuela primaria era insuficiente para alimentar adecuadamente las dos *laptop* y los dos escáneres que se utilizaron, con el serio riesgo de que llegaran a descomponerse. Se supo que a la escuela se le suministraba una “corriente de caída”, lo cual debe interpretarse como que solamente recibe el sobrante de la energía eléctrica que consume la población del ejido. Tal situación permitió entender también por qué los dos pizarrones de *enciclopedia* que tiene la escuela están descompuestos desde hace ya varios meses, así como dos computadoras de tecnología obsoleta.

En la siguiente fase del proyecto se pasó ahora sí al uso de las computadoras de la escuela preparatoria, que sí cuenta con la necesaria energía eléctrica, y cuyo director había mostrado de antemano su buena disposición y el apoyo para el proyecto. Este fue un momento que todos los niños habían estado esperando, tanto los de Boquilla como de la escuela primaria de Tejabán de la Rosita, el ejido vecino distante a quince minutos en vehículo, donde también se puso en práctica el proyecto, y que se les traslada ida y vuelta a Boquilla porque esa comunidad no cuenta con instalaciones de cómputo.

Pero a pesar de las facilidades mostradas oficialmente, se encontró con que el centro de cómputo tiene cuatro aparatos descompuestos de los trece con los que cuenta, y que en su conjunto su tecnología ya es obsoleta. Así que fue necesario distribuir a los niños en grupos de cuatro por computadora. Esa carencia del número de equipos limitó el tiempo que cada uno de los niños de los dos ejidos pudieran “seguirle picando a la compu”, tal como se quejan, puesto que además cada grupo cuenta con solamente un turno de hora y media cada sábado.

Quizá esta cuestión podría pasar desapercibida si la preocupación fuera solamente la de enseñar a los niños a usar el programa *Word*, por ejemplo; pero como se pretende que ellos mismos, además de escribir puedan aprender a subir sus propios materiales de fotografía, grabaciones, videos y dibu-

jos sobre los temas que como subgrupos han decidido participar, es decir, apropiarse realmente de las nuevas tecnologías, las tutoras enfrentaron el problema de que no todas las computadoras contaban con tarjeta de audio para las grabadoras digitales, ni con bocinas. Y pensar que el centro de cómputo de la escuela secundaria cuenta con computadoras con pantallas de plasma y tecnología más reciente.

Otra dificultad fue que el proveedor suspendió el servicio de Internet, debido a una deuda acumulada. Hubo necesidad de realizar gestiones ante el ayuntamiento para que se cubriera, y poder contar con el servicio en el momento que se requería para el desarrollo de los talleres.

Sin embargo, a pesar de esta serie de limitaciones de infraestructura, los tutores fueron gratamente sorprendidos por la rapidez con que la mayoría de estos niños de primaria de escuelas rurales aprenden a manejar las nuevas tecnologías, y que espontáneamente ayudaban a sus compañeros más lentos para que mejoraran en el aprendizaje. Esta es una actitud que los va convirtiendo en “niños semilla”, que es otro de los objetivos que “Enrédate” persigue para que quienes participan ahora puedan más adelante también espontáneamente enseñar a otros niños, y a los mayores.

Una reflexión que esta primera experiencia deja en el grupo de investigadores y estudiantes universitarios comprometidos en el proyecto es que si, efectivamente, el propósito gubernamental es que los estudiantes se apropien de lo que puede hacerse con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, no es suficiente entonces llevar a las poblaciones marginadas como estas un determinado número de equipos de cómputo, porque el éxito o fracaso del uso de una tecnología está por encima del aspecto meramente técnico frente a los actores sociales, políticos y económicos, quienes generan una variedad de elementos contingentes que atan lo material, lo social y lo simbólico en una compleja red de asociaciones que terminan siendo favorables o desfavorables para el objetivo deseado. Hablar de la apropiación de cualquier tecnología va más allá de solamente proporcionar los objetos, las máquinas y los instrumentos como comúnmente se piensa; es necesario considerar que la tecnología como producto y práctica social requiere, para ser aceptada como innovación, de un determinado ámbito material, económico, político y social mucho más apropiado.

Por último, es importante señalar que los estudiantes de licenciatura participantes recibieron capacitación y se espera que la experiencia les aporte

conocimientos significativos para su formación profesional, así como lograr sensibilizarse sobre los problemas sociales de la región, para que en otro momento puedan producir otros proyectos de desarrollo comunitario, trabajando con la estrategia metodológica que se fundamenta en la Investigación Acción Participativa.

Tabla 1.

Las comunidades Boquilla de las Perlas y Tejabán de la Rosita,
del Municipio de Viesca, Coah

	Boquilla de las Perlas	Tejabán de la Rosita
Población total	1,491	607
Población de 6 a 14 años	328	132
Población de 15 a 24 años	294	106
Población de 8 a 14 años que no sabe leer y escribir	5	-
Población de 15 años y más analfabeta	83	44
Grado promedio de escolaridad.	5.58	6.43
Total de hogares	337	135
Promedio de ocupantes en viviendas particulares habitadas.	4.48	4.56

Fuente: INEGI. II Censo de población y vivienda, 2005.

BIBLIOGRAFÍA

- Crovi, D. (2002). "Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la esperanza". *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 185, Año XLV.
- Zermeño, A. et. al. (2007). Una experiencia de intervención comunitaria para el empoderamiento social a través de la apropiación de las tecnologías de información y comunicación. En González, R. y Barrón, M. (Coords.) *Experiencias de desarrollo rural. Dos visiones de vinculación universitaria: Colima y Iowa*. Puebla: Editorial de la Red Nacional de Investigación Urbana.

Fuentes de Internet

- Area, M. (2002). Igualdad de oportunidades y nueva tecnología. Un modelo educativo para la alfabetización tecnológica. *Revista Educar*, 29. Universidad

Autónoma de Barcelona. Disponible en: <http://webpages.ull.es/users/manarea/Documentos/alfabetizaciontecnologica.pdf> (Consultado el 10 de febrero de 2008).

Asociación Mexicana de Internet (2007). Estudio Usuarios de Internet en México, 2007. Uso de nuevas tecnologías. Disponible en: <http://www.amipci.org.mx/estudios.php> (Consultado el 4 de febrero de 2008).

INEGI (2000). Censo General de Población y Vivienda. Disponible en: www.inegi.gob.mx

INEGI (2005). II Conteo de Población y Vivienda. Disponible en: www.inegi.gob.mx

Qué es la competencia digital. <http://edublogki.wikispaces.com/Competencias+TIC?f=print> (Consultado el 27 de enero de 2008)

Transformando el espacio público

El trabajo de una radio local religiosa en una comunidad urbana marginal

Dora Navarro¹



RESUMEN

Con respecto al debate de los procesos hacia la democratización de las sociedades latinoamericanas, desde las Ciencias de la Comunicación y Ciencias del Desarrollo se ha sostenido que las radios alternativas o ciudadanas tienen un rol central en la construcción de ciudadanos en los sectores pobres y marginados. Aun así es importante analizar en detalle qué posibilidades tiene una radio alternativa o ciudadana para reforzar ideas de ciudadanía y transformar el espacio público en un espacio crítico y deliberativo en las aún poco estudiadas comunidades urbanas marginales. En este ensayo ilustraré con ejemplos cómo la radio alternativa en el caso específico de Radio Enmanuel (formalmente radio educativa parroquial) ayuda a movilizar a líderes locales, autoridades políticas y cómo canaliza las voces de la población de una barriada, en la comunidad de Huaycán, localizada en las afueras de Lima (Perú).

Palabras clave: Espacio público, radio comunitaria, ciudadanía, comunicación.

INTRODUCCIÓN

Es importante discutir la concepción entre la radio alternativa o ciudadana y la formación de la esfera pública en localidades urbanas pobres, ya que estos

¹ Licenciada en sociología de la Universidad de Copenhague. Investigadora doctoral en el área de estudios de desarrollo, ISG, de la Universidad de Roskilde (Dinamarca). Sus áreas de interés son los medios y cultura popular, el empoderamiento de mujeres, la cultura política del pobre urbano, principalmente en América Latina. International Development Studies, Department of Society and Globalization (ISG), Roskilde University, Denmark. doran@ruc.dk

medios de comunicación, como pocos canales, pueden abrir posibilidades para la democratización de la sociedad y la construcción de ciudadanos. El enfoque principal de las ciencias de desarrollo en América Latina ha sido, por lo general, las áreas rurales. De forma similar, las ciencias de la comunicación han dirigido su investigación a medios de comunicación popular o comunitario en áreas rurales y menor atención han recibido medios locales en zonas urbanas, aunque hoy en día la mayoría de la población de América Latina vive en ciudades. Asentamientos humanos, favelas o 'pueblos jóvenes' han crecido masivamente en los últimos 30 años y los niveles de pobreza y marginalización no han mejorado.

En este ensayo voy a discutir el caso de Radio Enmanuel (RE), una radio local perteneciente a una parroquia católica en la localidad de Huaycán.

Huaycán es un 'pueblo joven' o barriada, situada en una quebrada eriaza en las afueras de Lima en el distrito de Ate. El interés de este estudio ha sido lograr una imagen actual de una radio local singular, que persigue los objetivos de reforzar la conciencia ciudadana, colaborar en el desarrollo de la comunidad según lo que esta se plantea, y su labor para combatir estructuras sociales y políticas preestablecidas. Así, me interesé por RE, una radio reciente de solo doce años, que desde su comienzo ha estado influenciada por el movimiento de radios populares y comunitarias del Perú del cual forma parte a través de su asociación a la Coordinadora Nacional de Radio o CNR en ese país.

La metodología de estudiar una radio local singular, y en varios aspectos exitosa, es adecuada para identificar los logros y limitaciones de las radios populares, comunitarias o ciudadanas (Flyvbjerg, 2004)². Por lo tanto, el enfoque de este ensayo será los logros y limitaciones de RE. Esto será ilustrado a través de ejemplos del trabajo de la radio movilizando a los líderes locales, vigilando a las autoridades políticas y canalizando la voz de la población. Por otro lado, también será un ejercicio para estudiar si las diferencias entre los términos de radio *popular*, *comunitaria* y *ciudadana* en la práctica son aplicables. En consecuencia, RE es mencionada a lo largo de

² Por una parte, el objetivo de mi investigación doctoral es similar al del libro *La práctica inspira* (Geerts et al. 2004), donde los casos han sido escogidos básicamente para inspirar prácticas comunicacionales. Por otro lado, mi interés es estudiar críticamente la construcción de ciudadanía y participación ciudadana en localidades pobres, y la radio local es un actor fundamental.

este ensayo como radio local, ya que es difícil situarla en uno de los términos antes mencionados.

En el marco del análisis que voy a presentar está la teoría de esfera pública y espacio público y estudios anteriores sobre medios ciudadanos, en los cuales la importancia del rol de la iglesia católica, especialmente la progresista ha sido recalcada (Geerts, Van Oeyen & Villamayor, 2005; Rodríguez, 2003). Este trabajo se realizó con base en una investigación cualitativa en Huaycan, en la que mediante la observación participatoria y entrevistas a los radilistas efectué un estudio de audiencia y analicé la programación de esta estación de radio.

Antes de comenzar es necesario recalcar la relevancia de estudiar RE y Huaycán. Huaycán es en sí un caso de estudio interesante por varias razones. Esta localidad representa una historia particular y aun similar a las docenas de barriadas fundadas en el Perú desde 1970. Diez mil familias, organizadas en cuatro cooperativas en coordinación con la municipalidad de Lima, realizaron un proyecto en 1984 que tenía como objetivo resolver el problema de vivienda que enfrentaban. El proyecto, diseñado por un equipo técnico con la participación de dirigentes o líderes de las familias involucradas, llevó a cabo un plan vecinal alternativo. El plan contemplaba soluciones económicas y comunitarias de vivienda, la activa participación de los pobladores tanto en el diseño final como en la ejecución de las obras, y la formación de una asociación vecinal que aseguraría la continuación de una organización política participativa en la nueva localidad (Calderón & Olivera, 1989). La asociación vecinal se desarrolló y lleva hoy el nombre de Comunidad Urbana Autogestionaria de Huaycán o CUAH. A pesar de todo, el apoyo municipal terminó en el segundo año de la fundación de Huaycán debido a intereses políticos opuestos y cambios en el gobierno municipal. Entonces, la población sola, tras años de trabajo duro y movilización popular en demanda de las necesidades básicas, consiguió fundir un sentimiento de unidad e independencia (Muñoz, 1999). En otras palabras, la población de Huaycán desarrolló una fuerte identidad de comunidad que aún persiste, lo que quiere decir que tanto la localidad como su gente pueden ser identificados como una *comunidad*³.

³ Estadísticas oficiales estiman que la población de Huaycán, junto con otros dos pequeños asentamientos humanos, es alrededor de 189.856 de habitantes al 2004 (Municipalidad de Ate, 2008).

La historia de Huaycán también resume la historia reciente del Perú: desde los años sesenta la migración constante del campo a las ciudades y, consecuentemente, a la pobreza urbana; la guerra interna en los años ochenta, cuando Huaycán fue afectada por la presencia de la agrupación maoísta Sendero Luminoso, y en los noventa la manipulación y violencia política que socavó la vida asociativa en la comunidad (CVR, 2003). En este contexto se encuentra RE, una iniciativa de la parroquia católica San Andrés, que ha estado involucrada a la historia de esta comunidad desde su comienzo⁴.

A la parroquia, encabezada por el sacerdote Tadeo Pasini, le fue cedida por la CUAH un lugar en lo que iba ser la plaza mayor; allí se empezaron a ofrecer varios servicios sociales y años después se construyó una iglesia, la cual hoy es la Catedral del Cono Este de Lima. La idea de la radio local surgió debido a que, como la localidad crecía, las unidades de vivienda⁵ ya no podían comunicarse a través de altavoces, y la comunicación indispensable se veía limitada, tal como ha sucedido en otras comunidades, por ejemplo, Villa El Salvador (Brunetti, 2000). Esta parroquia decidió en 1996 operar una estación de radio para ayudar a la comunidad y probablemente de esta forma también contrarrestar la competencia de las iglesias evangélicas emergentes. Sin la acción de la parroquia otro proyecto formal de radio hubiera sido improbable, debido a la deficiente legislación e inefectiva administración estatal de los medios de comunicación en el Perú. Tomando esto en consideración, una radio local legal ha sido posible en un lugar como Huaycán a través del estatus de Radio Educativa⁶.

RE es la radio con la audiencia más grande en Huaycán (vea también Rojo García, 2006)⁷. Mientras esto, por una parte, se debe a la pobre recepción de radios nacionales y del centro de la ciudad, según mi análisis, se debe principalmente a que RE es más que una radio con la mejor o más vieja

⁴ La parroquia San Andrés de Huaycán está dirigida por la congregación monfortiana, conocida por su compromiso con los pobres. El trabajo de esta parroquia ha estado influenciada por la teología de la liberación en algunos períodos.

⁵ Una unidad de vivienda o UCV agrupa a máximo 60 lotes y tiene un comité que forma parte de la Asociación Vecinal CUAH.

⁶ Tengamos en cuenta que en el Perú hay legalmente tres tipos de radios 'la radio comercial', 'la radio educativa' y 'la radio comunitaria'. La radio comercial y educativa cuenta con reglamento y la radio comunitaria no se encuentra especificada en la ley.

⁷ El personal de Radio Emmanuel está conformado por alrededor de 20 personas que se encuentran entre los 20 y los 40 años; la mayoría de ellos es de Huaycán y reciben entrenamiento en la estación de radio.

señal en la localidad. RE representa un símbolo con el cual la población de Huaycán se identifica. La radio es una de las instituciones más visibles en la localidad y se encuentra en la plaza central junto a la catedral, la oficina municipal, el juzgado y la oficina central de la CUAH. Estas instituciones juntas representan progreso, el sueño de una nueva ciudad, lo cual ha sido el tema de los primeros pobladores (Lastra, 2002). Por lo tanto, la importancia de RE, como vamos a ver, no se encuentra en el rol evangelizador; por el contrario, la relevancia de una radio como esta dentro del estudio de medios alternativos o ciudadanos se encuentra en su habilidad de transformar sus objetivos cristianos en objetivos seculares amplios, a través de su fuerte compromiso con los derechos ciudadanos y el desarrollo de la comunidad y de esta forma transforma la esfera pública.

ALGUNAS DEFINICIONES

Como señala el estudio de Geerts et al. (2004), aun cuando hay muchos conceptos para determinar la radio alternativa y diferentes prácticas radiales, uno puede encontrar entre ellas varias similitudes en lo que respecta a objetivos y formatos. Estas similitudes pueden dificultar, en la práctica, establecer diferencias entre *radio popular*, *radio comunitaria* y *radio ciudadana*. Una radio como RE es difícil de situar en una de estas “etiquetas”, ya que aunque es de propiedad de la parroquia, se puede definir tanto como popular, comunitaria o ciudadana depende de la perspectiva que se esté recalando. Principalmente por la forma en que la radio opera (libertad de gestión a su personal enteramente no religioso) y por su alto compromiso con la comunidad.

Teniendo en cuenta la definiciones de movimientos de radio propuesta por Geerts y Van Oeyen (2001, p.35), RE podría estar dentro de las radios *populares*, ya que entre otras cosas promueve la integración desde la perspectiva de la comunidad, está comprometida socialmente y es participativa y crítica. Por otro lado, el trabajo de RE en lo relacionado con educación –lo cual es una característica básica de la radio popular– es limitada. Se podría definir como radio *comunitaria*, ya que sigue las cuatro líneas de acción de descritas por Geerts y Van Oeyen (2001, p.38) que son: contribuir al desarrollo de la comunidad, ampliar la democracia, defender los derechos humanos y proteger la diversidad cultural.

Finalmente, RE podría ser enfocada como radio ciudadana desde la perspectiva de la investigadora de ciencias de la comunicación Clemencia Rodríguez (2001:19), quien sostiene que los medios ciudadanos constituyen una colectividad, que representa su ciudadanía interviniendo activamente y transformando los medios establecidos. Los medios ciudadanos, según Rodríguez, combaten las identidades y relaciones sociales preestablecidas y dan poder a la comunidad involucrada. Desde esta perspectiva, RE podría encontrarse dentro de las radios ciudadanas, ya que aunque la comunidad no es la dueña de la estación, diversos actores intervienen diariamente en diferentes formas en los programas, como vamos a ver en las siguientes secciones de este trabajo. Aun así no sostengo que RE es una radio ciudadana completa. Hoy en día es un híbrido entre estos diferentes movimientos de radio y, como diría Rosa María Alfaro, tiene las bases para distinguirla como 'la radio ciudadana del futuro'.

En este ensayo utilizo el término *espacio público* en una forma amplia para referirme a diferentes tipos de foros. Entiendo entonces el *espacio público* como el que está conformado por varios espacios o sub-espacios públicos, tanto en persona y/o mediáticos, que están o no conectados entre sí y que frecuentemente siguen una comunidad imaginada⁸. Por ejemplo, Radio Enmanuel es parte del espacio público de Huaycán y del distrito de Ate pero a la vez representa un espacio público en sí, como vamos a ver. Además, utilizo el término *esfera pública deliberativa* para enfatizar el carácter crítico y deliberativo de la esfera pública (Avritzer, 2001). Una *esfera pública deliberativa*, según una interpretación de la teoría de públicos participativos del politólogo Leonardo Avritzer, puede ser descrita como un espacio donde actores colectivos e individuales, populares y no populares, dentro de una comunidad tienen acceso a participar y tienen la posibilidad de añadir nuevos temas de discusión a la agenda. Voy a enfocar estas características al momento de presentar los ejemplos del trabajo de la radio. Ahora, como punto de partida, presentaré los objetivos de RE.

⁸ En lo relacionado a mi perspectiva de espacio público, esfera pública y esfera pública deliberativa estoy influenciada por Leonardo Avritzer, Antje Gimmler, Ana María Millares y Benedict Anderson.

LOS OBJETIVOS DE RE

El objetivo principal de la radio, según la administradora Guisella Rivera, es evangelizar a través de la información, entretenimiento y educación; es decir, es tarea de la radio concientizar a la comunidad sobre los derechos humanos y civiles, principalmente el derecho a la vida y mejorar la calidad de vida de la comunidad. Otra área, objetivo de la radio, es colaborar para la protección del ambiente y el desarrollo de la comunidad. Estos objetivos son la línea base de los radialistas de la estación, a los cuales ellos moldean y/o añaden otros objetivos según el programa y sector a quienes se dirigen. Por ejemplo, los periodistas en sus programas de manera consciente no utilizan un lenguaje religioso o que tenga connotaciones paternalistas como 'proteger' o 'educar' a otros. Otros radialistas, como el productor del programa juvenil, enfatiza *entretenimiento* como objetivo principal pero a la vez como estrategia para sensibilizar a la audiencia sobre diferentes temas, incluyendo los *derechos ciudadanos*. Estas ideas quedarán más claras en la presentación de los ejemplos.

Como RE está dirigida por la iglesia católica de la localidad, tiene algunas restricciones sobre temas relacionados con la percepción cristiana del derecho a la vida, el cual, como he mencionado, forma parte de sus objetivos. Se trata de temas como prevención sexual y aborto. Esto no quiere decir que la radio sea silenciosa al respecto; según la administradora, significa más bien que la visión de la iglesia tiene que quedar clara al respecto en cualquiera de los programas. Lo interesante es que el personal de la radio, sea a tiempo completo o en entrenamiento a medio tiempo, tiene libertad para escoger temas y puede referirse a la sexualidad y el aborto escogiendo estrategias indirectas, tales como entrevistando a profesionales en el campo. Aunque, según mis observaciones, no lo hacen frecuentemente. Por otro lado, cualquier individuo o grupo de la comunidad puede alquilar un espacio en RE; por ejemplo, un colectivo de mujeres ha producido y conducido, en el 2007, un programa sobre la relación de pareja y sexualidad. Según la productora de este programa, Jenny Fierro, con quien conversé recientemente, la administración de RE estuvo atenta a encontrar soluciones de financiación para el programa. Esto se debe a que RE se autofinancia y todos los programas que alquilan espacios deben hacerlo también, lo cual es una política para evitar una relación asistencial con la comunidad.

MOVILIZANDO A LÍDERES LOCALES

El programa más escuchado de RE es el informativo “Enmanuel al Día”, el cual compite en audiencia con las redes nacionales de radio como RPP y CPN (ver también Rojo García, 2006). Este programa ofrece a la audiencia noticias locales de Huaycán y las áreas vecinas. El personal de este programa está conformado por el jefe de prensa y a su vez presentador del programa y dos periodistas. El jefe de prensa, Orlando López, que ha vivido en Huaycán desde su fundación, es uno de los radialistas de mayor experiencia. Su formación es principalmente empírica, la cual obtuvo en RE, y su perfil personal es la de muchos pobladores de Huaycán. Es decir, proviene de la sierra central, emigró siendo un adolescente y encontró su hogar en Huaycán, donde ha ejercido distintas ocupaciones. Su perfil personal y profesional es importante, ya que señala la participación de actores comunitarios en la radio. Los periodistas, por otro lado, han obtenido educación en ciencias de la comunicación; uno de ellos vive en la comunidad y el otro reside en un distrito cercano. Por sus estudios profesionales suplen al jefe de prensa en su conocimiento empírico. Hay una relación de trabajo horizontal entre ellos, así como con los otros trabajadores de la radio, aunque quien decide qué es noticia y qué no es noticia es el jefe de prensa. Durante una entrevista en mi primer trabajo de campo en Huaycán, Orlando López resumió el trabajo periodístico de RE y el interés en movilizar a los líderes de la siguiente forma:

Radio Enmanuel se ha identificado por ser un nexo entre las autoridades y la población; nos preocupan mucho nuestros hermanos y hermanas de las partes altas que no tengan estas necesidades básicas, y pienso de que de alguna manera hemos podido colaborar a que no solamente las autoridades, sino también movilizar a los dirigentes, mejor dicho, a que trabajen ellos, para que a través de ellos también soliciten a las autoridades, y gracias a ellos las partes altas ahora gozan, bueno posiblemente no se ha culminado, pero ya están en camino las obras de agua [...] (López, entrevista, 18-11-2006).

Las noticias recolectadas para el informativo diario provienen de entrevistas en persona, llamadas o visitas a la estación de radio de distintos actores, tales como líderes locales, autoridades y gente común y corriente. Me refiero a líderes o dirigentes locales que representan a distintas asociaciones de la sociedad civil, para mostrar su diversidad y, de paso, reflejar de alguna forma la complejidad de esta comunidad; dichas agremiaciones son: la asociación

vecinal CUAH⁹, las asociaciones de padres de familia APAFAs, los comedores populares, “los vasos de leche”, las asociaciones culturales o de grupos minoritarios y sindicato de trabajadores. Entre las autoridades que a diario intervienen en este programa están regidores y funcionarios municipales, el jefe de la estación policial y directores de las escuelas de la localidad. También el grupo de periodistas está en contacto con profesionales como, por ejemplo, doctores del hospital local y representantes de las distintas capillas en la localidad. Por lo tanto, las fuentes de información son varias y los temas presentados en el programa cubren distintos campos sociales de la vida pública de esta comunidad.

De forma que sea más claro, he agrupado los temas que se tratan en el programa en los siguientes títulos: a) *Procesos democráticos dentro de las asociaciones de la sociedad civil de Huaycán y la municipalidad de Ate* (tales como procesos electorales, de regulación o de ley, vigilancia de obras públicas y el cumplimiento de promesas); b) *Procesos que aseguren las necesidades básicas*; c) *Seguridad ciudadana*; d) *Problemas juveniles*, y e) *Salud de la población*. Estos tópicos aparecen frecuentemente y en distintas formas en el informativo y proveen de perspectivas en lo relacionado con derechos ciudadanos y democracia en general.

Como la mayoría de los participantes de este programa son líderes locales uno pensaría que este no tiene enganche entre la gente común y corriente y, en consecuencia, no atrae el interés de la comunidad. Por el contrario, como existen varias asociaciones voluntarias en Huaycán, y cualquier poblador prácticamente puede ser representante de ellas, es difícil distinguir entre líderes (actores no populares) y personas comunes (actores populares).

Por otra parte, entre los logros de RE es importante señalar que la participación frecuente de los líderes locales en el informativo, a través de las entrevistas y observaciones propias con dirigentes de la CUAH y los periodistas, ha ayudado a mejorar la capacidad de los/las líderes para hablar en público. Además, otro logro de la radio, y especialmente del informativo, es que ha tenido un rol importante durante muchos años; mientras la CUAH estaba dividida y era acusada de corrupción, canalizó críticas de los pobladores y denuncias de abusos de la autoridad. Finalmente, en 2007, durante mi

⁹ La asociación vecinal CUAH tiene un comité central y 26 subcomités por cada una de las zonas de Huaycán.

primera etapa de investigación cualitativa en Huaycán, la CUAH fue capaz de encontrar soluciones a sus problemas, debido, en parte, a un cambio en el gobierno municipal pero también por la mediación de la parroquia y el trabajo de esta radio.

MONITOREANDO PROCESOS DEMOCRÁTICOS

Casi cada mañana durante las elecciones municipales en noviembre de 2006, un candidato de entre los 17 diferentes partidos políticos, compitiendo por el puesto de alcalde de la municipalidad de Ate, asistía a RE para ser entrevistado al aire en el informativo. Los candidatos para los puestos de regidores también venían a la radio o a veces eran entrevistados por teléfono en el informativo. Aun el mismo alcalde de la ciudad y región de Lima, Luis Castaneda, quien estaba postulado a la reelección (y ganó con 70% de los votos), había acordado una entrevista telefónica con RE. Entre los candidatos a alcalde de Ate que visitaron RE estaba Juan Enrique Dupuy, quien era regidor de ese municipio y ahora se presentaba por el partido de Castañeda. Él también ganó las elecciones, aunque con solo 20% de los votos. La mañana que visitó a la radio, varios líderes locales habían venido también, como de costumbre, y estaban esperando su turno para ser entrevistados. Durante su entrevista, todos los presentes escuchaban atentamente lo que Dupuy tenía que decir y al terminar muchos de ellos conversaron con él. Observé situaciones similares varias veces y por eso concluyo que el lobby de la estación de radio (y no solo el programa en el aire) se había convertido en un espacio de diálogo y negociación en el que las partes en conflicto podían encontrarse y conversar. Es decir, la radio ofrece varios espacios de apertura al diálogo, mediáticos y en persona.

Además, en lo que respecta a foros en persona, la radio organiza distintos eventos públicos; por ejemplo, con ocasión del proceso electoral invitó al debate público en la cancha deportiva de la iglesia. La mayoría de los candidatos asistieron, excepto el alcalde de Ate, quien había sido criticado por corrupción por RE. Otro evento público en este periodo fue el Foro de Jóvenes para la Gobernabilidad de Huaycán, organizado junto con una ONG que trabaja en el área. El objetivo de este foro era abrir una discusión sobre qué asuntos podía aportar la juventud de Huaycán al presupuesto participativo de Ate. Así, como un medio dirigido por la sociedad civil, RE juega un papel importante en la articulación de procesos democráticos (Gumucio Dragón & Tufte, 2006).

CANALIZANDO LAS OFENSAS Y ABUSOS DE LA VIDA DIARIA

La gente común y corriente de Huaycán, frecuentemente, utiliza la radio para quejarse de incidentes de ofensas y/o abusos. Por ejemplo, mientras realizaba observaciones en la estación una mujer fue a quejarse a RE por el trato que había recibido de las autoridades judiciales locales. Este pequeño relato ejemplifica cómo una persona común puede incluir un asunto en la agenda de la radio, lo cual es una condición fundamental para una esfera pública deliberativa. Al llegar a la radio, ella le contó a uno de los reporteros y otros radialistas que había estado esperando en el pasadizo de la Corte a que le tocara el turno en que se trataría su caso, pues estaba demandando a su ex-marido por no cumplir con el pago por alimentos. Ella estaba visiblemente mortificada y dijo que estaba harta de no ser tratada con dignidad por las autoridades judiciales. Su caso había sido retrasado muchas veces y no podía perder otro día más, ya que venía de una de las partes alejadas del centro de Huaycán. Además, su hija, que la estaba acompañando, tenía que apurarse para ir a la escuela secundaria, para presentar un proyecto y así aprobar el trimestre. El juez de la Corte había sido irrespetuoso con ella y le había dicho que tenía que retirarse ya que él se iba a almorzar. Cuando ella le mencionó que tenía una carta con la fecha y la hora en que se iba tratar su caso y de que no podía permitirse esperar más. Él le contestó que eso debió haber pensado ella antes de tener tantos hijos. El reportero decidió hacer la entrevista afuera de la Corte. Durante la entrevista, a través de la cerca, ella podía ver al juez, quien todavía estaba ahí.

Después de la entrevista, la mujer fue invitada a ingresar (esta vez, gentilmente) por el portero de la Corte.

Este es un ejemplo de cómo una radio alternativa puede influenciar en el resultado de eventos que son fundamentales en la vida diaria de las personas, pero probablemente esto no significará un cambio de actitud por parte de las autoridades. RE, usualmente, canaliza los reclamos y quejas de los pobladores de Huaycán transmitiéndolos al aire. Aun así el personal de RE da prioridad a informar a la audiencia sobre los órganos estatales encargados de recibir quejas.

De esta forma la radio ayuda a asegurar el funcionamiento de las instituciones y a profundizar la conciencia ciudadana.

DESAFIANDO LÍMITES Y TABÚES

El último ejemplo que voy a presentar es el programa juvenil “Paradero 100.5”, el cual apunta a confrontar estructuras y reglas establecidas y añadir nuevos asuntos a la agenda pública. También es un ejemplo de formas de participación de actores locales y de ‘dar el micrófono’ a diferentes voces. El programa está dirigido a gente joven y es producido también por gente joven. En una secuencia del programa, la reportera camina alrededor de las calles centrales de Huaycán preguntando a la gente sobre sus experiencias con asuntos controversiales o tabúes que conciernen la vida diaria.

En uno de los programas, la pregunta de esta secuencia fue: “¿Te has sentido alguna vez discriminado/a?”. La discriminación social por etnicidad, sexo y otros está bien documentada por investigadores sociales peruanos y es parte central de la realidad social de este país (eg. Oliart, 1991). A pesar de esto, es discutido raramente en público y no por los medios corrientes. La reportera entrevistó a un hombre mayor con un acento andino y él dijo que la gente de los Andes siempre era discriminada en Lima. El describió cómo la gente lo trataba mal en los autobuses y terminó declarando que: “la discriminación no debería permitirse ya que todos somos iguales”(sic). Después de la entrevista, el presentador en cabina dijo que el entrevistado “estaba en lo correcto y que todos somos iguales ante la ley”. De esta forma, reforzó el mensaje y dirigió su atención a la ley existente en el país. El presentador entonces empezó a dar más argumentos utilizando estrategias de persuasión con un tono fresco y lenguaje coloquial, el cual ayuda a llegar al público joven. (Mencionó la Constitución del Perú y que en otros países la discriminación está castigada por la ley; por ello, recomendó al público dirigir sus quejas a las instancias encargadas y, finalmente, pidió a las autoridades tomar cartas en el asunto). De esta forma, el presentador recalcó el mensaje de derechos ciudadanos y evitó un mensaje que radios corrientes y radios religiosas típicas habrían utilizado como el lenguaje de la vergüenza o la burla en asuntos sensibles como éste.

De todas formas el joven presentador no tiene suficientes conocimientos en retórica y él, así como otros radialistas, pueden contradecirse sin querer, lo cual viene a ser un problema general también para otras radios alternativas, tanto las dirigidas por la iglesia como por la comunidad. Los que trabajan en la radio están parcialmente preparados en comunicación y muchos de ellos son jóvenes, tienen poca experiencia y, además, sus remuneraciones

son muy pobres y no están debidamente contratados con los beneficios correspondientes.

COMENTARIOS FINALES

RE tiene considerable potencial como actor central al articular una esfera pública deliberativa en Huaycán. El trabajo de RE refleja, por supuesto, solo un actor de entre otros actores sociales que son necesarios para generar tal esfera pública. Su trabajo de todas maneras es extenso, porque sigue el desarrollo diario de diferentes campos sociales de la vida de la comunidad y trabaja con varias asociaciones y actores individuales. Su trabajo tiene una crítica independiente y puede generar el empoderamiento de líderes locales, mientras ofrece canalizar la voz de la gente común. La radio también colabora con el buen funcionamiento de las instituciones estatales, vigilando los procesos democráticos y el trabajo de autoridades, así como informando a los ciudadanos de sus derechos. Finalmente, tanto su espacio virtual como físico, es decir, el lobby de la estación, y los foros organizados en instalaciones de la parroquia, conforman un lugar de apertura al diálogo pero no necesariamente a la deliberación.

No se puede sostener que el espacio público de RE se ha convertido en un espacio deliberativo; más bien, se puede decir que está en proceso de transformación. A pesar del informativo local, las discusiones y comentarios de partes opuestas, la radio no tiene una estrategia comunicativa global que pueda guiar la toma de decisiones. Al personal le falta mayor profundidad en campos importantes de conocimientos y familiaridad con estrategias retóricas que puedan reforzar la cultura deliberativa de la comunidad.

Pese al entusiasmo de los jóvenes radialistas para lograr sus objetivos y el enfoque en áreas políticas sensibles, ellos necesitan recursos y conocimientos para mejorar sus formatos o añadir nuevos enfoques que les permitan realizar su trabajo coherente y satisfactoriamente (Alfaro, 2005). Finalmente, ser parte de la iglesia católica, lo cual mantiene la percepción cristiana del derecho a la vida, hace a RE vulnerable, ya que el personal no es del todo libre para desarrollar sus programas en temas que abarquen prevención sexual y aborto. Precisamente, estos temas son indispensables para el empoderamiento de mujeres y el mejor desarrollo social de una comunidad como Huaycán. Por eso Radio Enmanuel no desafía del todo las estructuras sociales preestablecidas.

Lo anterior me lleva al punto inicial que motivó este trabajo: la discusión del término adecuado para una radio como RE, que es formalmente una radio educativa inscrita en el movimiento de radios alternativas del Perú. Como he mencionado antes, y como hemos podido observar a través de los ejemplos, RE podría considerarse un híbrido entre los términos radio comunitaria y radio popular y aun radio ciudadana. Siendo el término *radio ciudadana* posiblemente el más adecuado, pero debido a que, por ejemplo, no desafía completamente estructuras sociales preestablecidas y de esta forma no plantea una apertura total a la deliberación, no representa una radio ciudadana hoy en día. Por otro lado, inspirada por Rosa María Alfaro, podría afirmar que es una radio con bases adecuadas para ser la *radio ciudadana del futuro*.

BIBLIOGRAFÍA

- Alfaro, R. M. (1999). 'La radio en crisis? Ciudadanía sin palabra sonora?' En Rosa María Alfaro (Ed.) *La radio ciudadana del futuro*. Lima: Ali Arte Gráfico.
- Alfaro, R. M. (2005). 'The radio in Peru. A participatory medium without conversation or debate'. En Rosa María Alfaro (Ed.) *Televisión & New media*, 6 (3) 276-297.
- Avritzer, L. (2002). *Democracy and the public space in Latin America*. Princeton, USA: Princeton University Press.
- Brunetti, V. (2000). 'The development of community media in Latin America', in Kwame Boafo (Ed.) *Promoting community media in Africa*. Paris: UNESCO.
- Calderón, J. & Olivera, R. (1989). *Municipio y pobladores en la habilitación urbana: Huaycán y laderas del Chillón*. Lima: Desco.
- Comisión de la Verdad y Reconciliación (CVR) (2003). 'Historias representativas de la violencia, Tomo V, cap. 2., La violencia en Huaycan'. *Informe Final* Lima: CVR.
- Geerts, A. & Van Oeyen, V. (2001). *La radio popular frente al nuevo siglo: Estudio de vigencia e incidencia*. Quito: Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER.
- Geerts, A. Van Oeyen, V. & Villamayor, C. (2005). *La radio popular y comunitaria frente al nuevo siglo. La práctica inspira*. Quito: Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER.
- Gogin-Sias, G. (1997). *Presencia religiosa en las radios limeñas*. Lima: Universidad de Lima, Fondo de Desarrollo Editorial.
- Gumucio Dagron, A. & Tufte, T. (2006). *Communication for social change anthology: Historical and contemporary readings*. New Jersey: Communication for Social Change Consortium.

- Flyvbjerg, B. (2004). *Five misunderstandings about case-study research*. Aalborg : Department of Development and Planning, Aalborg University.
- Lastra, Ch. J. (2002). *Crónicas y reflexiones de Huaycán*. Huaycán: CUAH/ASAG.
- Municipalidad de Ate (2008). 'Población del distrito de Ate por zonas' por Gerencia de Planificación, Área de Estadísticas. Accessible en <http://www.muni.ate.gob.pe/estadisticas.htm#censos> (obtenido 15 de enero, 2008).
- Muñoz, H. (1999). 'Believers and neighbours: "Huaycan is one and no one shall divide it"' En edición especial: Religion in America: Churches, Globalization and Democratization *Journal of Interamerican Studies and World Affairs*, 41(4):73-92.
- Oliart, P. (1991). 'Candidato de oro fino, llavecita filigrana... Dominación social y autoestima femenina en las clases populares'. En *Márgenes, Encuentro y Debate* 7(1).
- Rodríguez, C. (2001). *Fissures in the mediascape. An international study of citizens' media*. New Jersey: Hampton Press.
- Rodríguez, C. (2003). 'The Bishop and his star citizens' - Communication in Southern Chile'. En Couldry, Nick & James Curran, *Contesting media power alternative media in a networked world*. USA: Rowman and Littlefield.
- Rojo García, J. M. (2006). 'Acompañar a la vida cotidiana: El concepto exitoso de la Radio Parroquial Enmanuel'. En *Mediaforum* 2/2006, Cameco.

A resistência sobre as resistências: Uma análise do jornalismo impresso local a serviço da comunidade no interior do Brasil

Geder Parzianello¹



RESUMO

O estudo reflete sobre as dificuldades de inserção dos jornais impressos no interior do Brasil. Estuda o caso particular do jornal *Folha Regional*, de São Borja, no Rio Grande do Sul, em especial, a resistência sentida no âmbito comercial por se apresentar como um jornal de resistência ao único impresso em circulação na cidade, há mais de duas décadas, o *Folha de São Borja*. Na análise que este artigo oferece, o jornalismo do interior encontra subsídios para se fortalecer e se estabelecer social e economicamente por meio de uma perspectiva comunitária.

Palavras-chave: Jornalismo comunitário. Política editorial. Resistência. Mídia no interior

O jornal impresso *Folha Regional*, de São Borja, no Sul do Brasil, foi lançado em 2006. Dois anos depois, ele ainda contabiliza um passado recente de dificuldades econômicas e de resistência no mercado editorial daquele município. Com um faturamento deficitário, o jornal amarga a realidade de somar menos de dez por cento dos anunciantes do principal jornal local, o *Folha de São Borja*, em circulação há mais de duas décadas. Segundo levantamento comparativo, realizado no começo de 2008, apenas 9% dos anunciantes eram comuns aos dois jornais, a maioria grandes revendas de automóveis e imobiliárias da cidade.

¹ Professor Doutor em Comunicação da Universidade Federal do Pampa (RS) Brasil.

Por mais de dois anos, o jornal *Folha Regional* enfrentou a resistência comercial dos anunciantes e trabalhou no vermelho. Somente em julho de 2008, o jornal começou a trabalhar com uma situação econômica mais tranquila, graças em parte, aos incentivos financeiros decorrentes da publicidade eleitoral, consideradas as campanhas dos candidatos locais a prefeito e vereadores no pleito eleitoral.

Em uma pesquisa realizada no final de 2007, apontaram-se alguns fatores que responderiam pela dificuldade econômica vivida naqueles dois primeiros anos pelo mais novo jornal da cidade. Entre os fatores, identificaram-se a pouca margem de anunciantes em potencial no município, tradicionalmente agrícola, e a conduta de resistência do principal impresso da cidade.

A concorrência agiu de modo bastante incisivo junto aos anunciantes, como verificou-se na observação de algumas condutas, confirmadas pelos mesmos anunciantes, no sentido de que se viu o jornal concorrente oferecendo descontos sobre qualquer preço praticado em anúncios, e trabalhado até mesmo com valores fora da tabela comercial, quando interessava impedir o anúncio do cliente no jornal menor.

O jornal *Folha Regional* se mostrou também ressentido pela ausência de novos clientes, pelo que a economia do município apresentava de estagnação neste período, considerando que a atividade primária é a mais tradicional e também a principal fonte de arrecadação no município. Com efeito, o setor primário, o mais forte na economia do município, não tem tanta relação com a mídia impressa. Em São Borja, o rádio é ainda o principal veículo de Comunicação da comunidade, como tem sido desde o seu surgimento. A cidade tem duas emissoras de rádio, e uma terceira foi inaugurada no final de setembro.

São Borja é uma cidade histórica gaúcha, situada no Oeste do Estado, conhecida por seu apego ao tradicionalismo, às questões gaúchas, à relação com o homem do campo. Foi terra onde nasceram os ex-presidentes Getúlio Vargas e João Goulart. Trata-se de um município com uma população de 64.820 habitantes, de acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, ano base 2002, última estatística conhecida. É uma cidade de colonização jesuítica.

Estima-se que dessa população de pouco mais de 64 mil habitantes, apenas 20% seja de leitores de jornal impresso, e que a metade deles não chegue a

representar o total de assinantes dos jornais, como veremos adiante. A estimativa é feita por administradores dos dois jornais, a partir de observações empíricas. Faltam dados confiáveis a respeito dessa realidade. Não há uma forte relação da comunidade com a escrita e a leitura, considerada como fator de exclusão social e elitismo, o que acentua a hipótese de um universo leitor bastante inexpressivo.

Com a saída dos Jesuítas estabeleceram-se grandes estâncias, predominando a pecuária extensiva e a prática das queimadas nos campos nativos. Na última década do século XIX, com a vinda de imigrantes europeus, intensificou-se a agricultura e o uso do arado no solo, expandindo a lavoura pelo campo nativo e parte das matas nativas. Em meados do século XX a lavoura de arroz, então inexpressiva, toma impulso, ocupando áreas de várzea e banhados.

Os primitivos habitantes deste território foram os indígenas, que deixaram um legado na cultura e na formação étnica. São Borja foi o primeiro dos chamados Sete Povos na segunda fase das Missões Orientais do Rio Uruguai, em que pesem teses de revisão histórica sobre este fato. Talvez a sua herança cultural explique em parte porque naquele município, diferente da maioria dos municípios brasileiros, não vingou, até o ano de 2006, um segundo jornal impresso. O município não tem mesmo uma forte relação com a formação de leitores.

Uma das marcas culturais mais fortes no município é o espírito conservador. Apegados às tradições, no sentido clássico do termo, seus moradores parecem nutrir um desejo moderado por mudanças. Há poucos empreendimentos, e quase nenhum novo grande projeto comercial, com exceção da expansão do ensino superior, promovida pela política do governo federal do governo Lula e que resultou na abertura da primeira Universidade pública federal no município e a promessa do começo de 2008, da chegada de um frigorífico.

Criada em janeiro de 2007, a Universidade Federal do Pampa, Unipampa, tem em São Borja um de seus dez Campi na região Oeste, Missões e Meio Sul do Estado. Ali ela oferece o Curso de Jornalismo, pelo que a região demonstrava em potencial para investimentos no setor de Comunicação, uma área social ainda sem expressão regional, com jornais pequenos, e quase nenhum jornalista diplomado.

Com efeito, a maioria das empresas de Comunicação da região trabalham sem jornalistas diplomados, e muitas delas, inclusive, com profissionais sequer provisionados, que são aqueles protegidos por legislação suplementar, e cuja condição, não raro, acomoda políticas de profissionalização das empresas menores. Há empresas de Comunicação mantidas por um número bastante reduzido de funcionários e jornais atuando, quando muito, com um só jornalista contratado.

Em boa parte dos municípios da região, não há sequer um jornal impresso. Onde eles existem, como em São Borja, eles enfrentam, quase nunca, uma concorrência expressiva. Jornais de oposição costumam falir, vítimas da atuação dos maiores e mais antigos, que não desejam ver divididas as fatias já pequenas do bolo publicitário que conseguem vislumbrar nas cidades onde atuam. O número de assinantes também não é expressivo naquelas comunidades, assim como em São Borja. Existe um potencial de leitores a serem trabalhados e entre as dificuldades de acesso da população aos jornais impressos estão a baixa condição de renda e a pouca escolaridade.

Não há estudos, ainda, sobre o crescimento do índice de leitores em São Borja. Estima-se, todavia, que por razões entre as quais as apontadas acima, a cidade tenha menos leitores do que deveria. Dos quase quatro mil exemplares impressos do jornal *Folha Regional* de São Borja, menos de 1/3 deles circula entre assinantes. Dois terços, teoricamente, seriam vendidos nas bancas e pelas ruas da cidade.

Embora a circulação média dos jornais impressos no mundo inteiro tenha sofrido uma redução considerável nos últimos anos, dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC) divulgados pela Associação Nacional dos Jornais (ANJ) revelam que, desde 2004, os principais jornais brasileiros têm apresentado um aumento de circulação ainda que discreto. Em 2004, 2005 e 2006, a circulação média dos jornais cresceu, respectivamente, dos 0,8%, para 4,1% e então para 6,5%, passando de 6,52 milhões para 7,23 milhões de exemplares vendidos diariamente.

Segundo a ANJ, essa recuperação se deve, principalmente, ao bom desempenho da economia brasileira. Pesquisa do IPEA/PNAD dá conta de que nas seis maiores regiões metropolitanas do país, caiu pela metade a pobreza no Brasil. Hoje são três milhões de pessoas que pertencem à chamada classe média no País, segundo a pesquisa, divulgada pela imprensa brasileira em julho deste ano. Na avaliação do Instituto, esse crescimento se deve ao aumento

real do salário mínimo que, pelos dados do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DIEESE), ficou em 5,1%.

A Fundação Getúlio Vargas (FGV) também destacou um aumento da classe média nos últimos anos, e as estatísticas mais recentes, divulgadas também na imprensa nacional, em julho deste ano, afirmam que mais da metade da população brasileira pertence agora à chamada classe média. O fortalecimento da economia pode ser um caminho não só para diminuir a desigualdade de renda em nosso País, mas para favorecer o número de leitores a crescer.

O Brasil é, para a ANJ, um exemplo clássico da relação do quadro econômico com a venda dos jornais. Nos anos que antecederam a recuperação da indústria jornalística, o PIB nacional crescia a taxas reduzidas. Somente a partir de 2004, com o reaquecimento da economia, os brasileiros passaram a comprar novamente os jornais impressos. Isso mostra que o mercado ainda existe, mesmo com a concorrência da internet como fonte de informação.

Ao contrário dos que pensam que a mídia impressa deixou de ser atrativa para os anunciantes, os dados vêm mostrando que o investimento publicitário no meio jornal tem subido ano a ano no Brasil. De 2002 para 2006, o total dos investimentos saltou de R\$ 1,91 milhão para R\$ 2,69 milhões, registrando um aumento de 40%. Os números são da ANJ. Embora o investimento tenha subido em números absolutos, o jornal impresso, desde 2000, vem perdendo sua parcela de participação dos investimentos quando comparado aos outros meios. Um estudo do Projeto Inter-Meios divulgado pela ANJ constata que os investimentos publicitários vêm migrando principalmente para a TV por assinatura e para a internet.

Contudo, o jornal impresso está longe de perder espaço para a internet. Em três anos, esta só conseguiu avançar 0,5% na participação dos investimentos em mídia, ocupando modestos 2% em 2006. Nesse mesmo ano, o jornal impresso detinha 14,7% do total. Um meio impresso que apresentou um aumento significativo, em 2006, como destino dos investimentos em mídia foi a revista. Ela, sozinha, abocanhou 1,7% a mais do total em relação a 2005, encerrando o ano de 2006 com uma participação de 10,5% da receita publicitária das mídias.

Diferentemente do que ocorre no Brasil, o mercado dos jornais impressos nos EUA vem perdendo, cada vez mais, em circulação e receita. Segundo o

artigo “*Out of Print*”, publicado pela revista *The New Yorker*, no dia 31 de março de 2008, a New York Times Company, e citado pela ANJ, uma das maiores empresas de Comunicação dos EUA, que publica o jornal *The New York Times* e o *International Herald Tribune*, entre outros títulos, sofreu uma queda de 54% na bolsa de valores desde 2004.

Embora o mercado dos jornais impressos seja desanimador na maior parte do mundo, é precipitado afirmar que seu fim esteja próximo, como têm anunciado os mais céticos empresários do setor, em múltiplas conferências realizadas pela Associação Mundial de Jornais, da qual participa a ANJ, no âmbito brasileiro. É preocupante, ao mesmo tempo, ver que iniciativas mercadológicas de relevante amplitude dos espaços de mídia em comunidades do interior, no Brasil, como a destes jornais pequenos que surgem em resistência a uma informação controlada por uma elite, encontrem resistências acima das resistências econômicas, naturais a qualquer empreendimento. O maior desafio dos jornais impressos do interior parece ser ainda o desafio cultural.

Podemos afirmar que o jornalismo impresso no interior do estado do Rio Grande do Sul encontra contradições dentro do próprio mercado para se manter e que são estas contradições que precisam ser trabalhadas, gerencialmente até, em favor da sobrevivência do meio. Quando surgiu o rádio, não foram poucos os que acreditaram que o jornal estava com os dias contados. Da mesma forma, com o surgimento da televisão, houve quem dissesse que o jornal e o rádio sairiam de cena. Erraram. Agora vemos que o interior insiste na previsão de que jornais novos, caso surjam, vão falir em pouco tempo, e que o mercado ‘não tem mais espaço para novos jornais’. Precisamos criar mecanismos sociais e econômicos capazes de desmentir este fatalismo da imprensa estabelecida e defender a variedade, a pluralidade, a diversidade dos meios como uma bandeira democrática.

Logicamente, os meios que se estabeleceram, apesar dessa resistência, tiveram que se adaptar à nova realidade, assim como o jornal impresso vem fazendo desde o advento da internet. Já se percebe, por exemplo, uma tendência de textos mais curtos no jornal *online* e de reportagens mais longas e aprofundadas no jornal impresso. Os jornais de resistência que aqui neste artigo denominamos como aqueles que surgem como alternativa editorial aos veículos tradicionais, precisaram também adaptar seu trabalho de modo a cooperar distintivamente no cenário da Comunicação em suas comunidades e entre as adaptações, a extensão do texto foi uma das mais evidentes.

Os novos jornais impressos surgem com propostas editoriais de textos mais curtos, apegando-se ao modelo da redação para a internet.

Verificou-se, na pesquisa realizada junto ao jornal *Folha Regional*, de São Borja, que uma das principais formas de enfrentar a resistência feita pelos jornais tradicionais foi o emprego de uma redação diferenciada, e que além de textos mais curtos, apresentou evidências de um processo de edição com pautas alternativas e uma cobertura jornalística diferente da habitual, visivelmente presa antes a *releases*, como aquela praticada pelos jornais tradicionais.

Foi justamente esta relativa autonomia intelectual do veículo, facilitada pela inserção de jornalistas formados e estudantes de jornalismo na forma de estágios acadêmicos, supervisionados por professores universitários, que fez uma sensível diferença, sentida pelo leitor. Em pouco tempo, menos de seis meses, formadores de opinião se multiplicavam na comunidade, o jornal acelerou seu ritmo de venda de assinaturas e aumentou significativamente sua inserção social. O espaço dos leitores começou a registrar depoimentos constantes e reconhecidos por assinatura, de que as pessoas se diziam satisfeitas com as coberturas dos fatos, e o jornal foi se posicionando como alternativa de informação para a comunidade leitora de jornais.

Evidentemente, existem desafios ainda muito grandes a serem vencidos pelo jornal naquela comunidade analisada. O principal deles, na avaliação registrada pela pesquisa entre os gestores, é o número ainda pequeno de leitores habituais de jornal na cidade, conforme nos referimos anteriormente. A empresa jornalística chegou a admitir, na pesquisa, que não sabe como reverter essa carência social e tem manifestado a expectativa de que a universidade possa auxiliar, na forma de projetos e pesquisas, a construir uma nova sociedade para o município.

A questão da formação de leitores é um problema da maior relevância a ser encarado pela comunidade de São Borja. Variáveis socioeconômicas como a dificuldade de acesso ao produto do meio e a escolaridade precisam ser enfrentadas junto a barreiras culturais que passam pela compreensão do papel da leitura na formação do cidadão, pelo entendimento sobre como a realidade do mundo afeta diretamente a vida do leitor em comunidade e, principalmente, pelo ônus que os sujeitos pagam pela desinformação ou pela informação de uma única via.

Nesse sentido, estudantes e professores da Universidade Federal do Pampa organizam um projeto de extensão, de caráter comunitário, com o objetivo de formação de novos leitores na comunidade de São Borja. A proposta busca apoio de agências de fomento em pesquisa e será levada a espaços interinstitucionais de divulgação científica, enquanto experiência popular de caráter social em favor do desenvolvimento daquela comunidade.

O projeto possui uma fase de diagnóstico da realidade daqueles leitores em potencial, com a identificação das barreiras existentes à formação de novos leitores e a partir da experiência do Jornal Folha Regional, desmembram-se em um grupo comunitário de trabalho, constituem um Conselho Editorial da Comunidade do Bairro do Passo e instituem o Jornal Primeiro Passo, uma experiência laboratorial em Jornalismo Comunitário. O projeto maior inclui a elaboração de políticas públicas de intervenção na comunidade e um trabalho de eduComunicação, de educação para as mídias, capaz de promover estados de lucidez na população e mudanças comportamentais significativas em favor de novos hábitos, como este, da leitura de jornais e da participação efetiva dos cidadãos em um meio de Comunicação social contra-hegemônico.

Não há, todavia, como bem assinala Kunzick (2004, p.376) “nenhum nexo causal entre a aceitação de uma mensagem que pode resultar numa mudança de atitudes e o comportamento correspondente. É quase impossível prever o comportamento com base no conhecimento das atitudes”. Para o autor, existe apenas uma conexão muito fraca entre a atitude e o componente comportamental. E complementa: “é ilusório, além disso, presumir que a mudança planejada possa ocorrer sem tensões”(idem).

Em que pese a inevitável existência de tensões, aqui tomadas pelo entendimento de resistências, é preciso da mesma forma saber enfrentá-las. O jornalismo do interior não pode se curvar à força dos oligopólios e das corporações, dos interesses de uma classe sempre dominante. Ele precisa vencer as resistências e se constituir na diversidade, no convívio entre as diferenças.

O jornalismo, como perspectiva cidadã, vai precisar se empenhar para fazer chegar à comunidade, cada vez mais, a noção de que as notícias são como são, porque há elementos culturais que as forcem ser como se acredita que devam. (Souza, 2003; Traquinas, 2004). É preciso criar esta lucidez nas comunidades, mesmo desde comunidades ainda não leitoras.

Parece haver um senso comum em torno do conceito de notícia. As notícias, concluíram historiadores e sociólogos, satisfazem a um impulso básico do ser humano. Os sujeitos teriam assim, uma necessidade intrínseca, uma espécie de instinto de saber o que acontece. Kovach & Rosenstiel (2004, p.17) contam que certa época, quando os antropólogos começaram a comparar suas anotações sobre as poucas culturas primitivas do mundo, teriam descoberto que todos os povos “tinham uma mesma definição de notícia”.

Estima-se que quando a notícia passou a ser veiculada pela forma escrita, considerando-se o caráter alienador, comercial, como produto e de exclusão, elitista e de instrumento de poder que representou o domínio das Letras, desde a Idade Média, o homem foi perdendo progressivamente o mesmo interesse e curiosidade pela realidade externa. É compreensível que esta relação instintiva do homem com a informação tenha sido menorizada à medida que o homem precisou se empenhar em interpretar, ler e compreender, e assim, produzir sentidos, com muito menos facilidade através dos textos verbais escritos.

Não foi, todavia, apenas este um único fator de resistência que caracterizou a sobrevivência frágil do jornal interiorano; a distância do leitor com o universo da escrita, já descrito anteriormente, por exemplo, não foi o único entrave. Pelo menos um outro decisivo elemento se fez presente e apareceu na fase de coleta de dados da presente pesquisa, como impressão dos gestores do jornal *Folha Regional*, de São Borja, enquanto característica diferenciada dos jornais do interior: a relação de proximidade com a comunidade a que pertence. Tal relação reforçou na comunidade o caminho de absorção do veículo estudado nessa pesquisa. Este elemento, que é a relação de proximidade do jornal (texto e profissionais) com a comunidade pode ser, afinal, o caminho para vencer dificuldades.

Dornelles (2004, p.155) afirma que “na prática do jornalismo interiorano, a solidariedade e amizade entre os leitores e os jornalistas, além de um forte sentimento de vizinhança e de ‘bairrismo’ costumam ser muito corriqueiros”. Os jornais mais tradicionais perderam um pouco desta relação, julgamos nós, à medida em que se consideram já estabelecidos, e por isso precisam menos da busca de uma aceitação dos leitores no dia-a-dia, pois se revestem de uma auto-imagem como veículos de mídia com mais distanciamento da comunidade, enquanto este representa um fator de pretensa neutralidade e imparcialidade desejadas historicamente pelo senso comum acerca do jornalismo. Ainda que os jornais tradicionais se empenhem edi-

torialmente para justificarem-se como veículos de estreita relação comunitária, eles não conseguem reproduzir o vínculo que os produtos de mídia efetivamente comunitários estabelecem bem mais naturalmente.

Com efeito, os jornais maiores e mais tradicionais tentam se comparar em estilo e regras de trabalho aos jornais dos grandes centros. A identidade de jornal menor, de veículo sem tantas regras rígidas, aberto ao desejo de manifestação dos leitores e à comunidade como um todo, é justamente um fator que apontamos neste artigo como sendo de relevante contribuição para que se consiga reverter a resistência sentida por estes mesmos jornais.

A este respeito também contribuem Hohlfeldt e Barbosa (2002, p.40) quando escrevem que “ao constituir um jornal voltado a um determinado público e não aos agentes econômicos e políticos instituídos, desloca-se permanentemente o seu discurso da esfera do jornalismo. Assume como função prioritária o envolvimento com esse leitor emergente”.

Daí que se os jornais interioranos conseguirem de fato se colocar em proximidade com suas comunidades, e não apenas fazer parecer que o sejam; eles confirmarão que sua ação social tem um valor, muitas vezes, reclamado mais fortemente dos jornais comunitários ou das propostas populares de Comunicação. Ou como escreve Peruzzo (1998, p.131) “os veículos de Comunicação massiva não são, portanto, necessariamente perversos, com relação aos interesses populares. Eles, enquanto meios técnicos, permitem diversas formas de emprego, como já disse Brecht [...]”.

Canela (2007, p.133) sentencia que a mídia atua em seu papel central nas democracias contemporâneas pela proximidade colaborativa em uma gama de assuntos direcionados aos espaços públicos de decisão, especialmente por contribuir sobre como estes assuntos são endereçados a diferentes atores sociais.

Em suma, os jornais interioranos que fazem frente à mídia tradicional do próprio interior, precisam aprender a resistir às resistências. E se isso puder ser feito com uma Comunicação da parte deles cada vez mais para deixar que a comunidade se manifeste legitimamente e veja contempladas suas ansiedades reais, não apenas para serem compreendidos pela comunidade, então os jornais do interior estarão vencendo a primeira etapa de uma luta longa, em nome de sobreviver e principalmente, a favor da democracia.

Este é um campo de investigação que precisa ser ainda muito melhor explorado pelos pesquisadores em Comunicação no Brasil. Longe de compreender a utopia como algo inalcançável, entendemos que utópico é o que é possível de ser realizado, ainda que não esteja pronto, nem conhecidas muitas vezes suas formas de manifestação. Não se deve tomar mais, aos olhares do século 21, algo utópico como aquilo que não tem como ser realizado. Sonhemos, pois, acordados o suficiente.

REFERÊNCIAS

- ANJ, **Associação Nacional de Jornais**. Edições de Maio e Julho de 2007.
- Benetti, M. & Lago, C. (2008). *Metodologia da pesquisa em jornalismo. Coleção Fazer Jornalismo*. Petrópolis: Vozes.
- Canela, G. (2007). Media and public communication policies. In: *Brazilian Journalism Research*. Brasília:UnB/ SBPJor.
- Dornelles, B. (2004). *Jornalismo comunitário em cidades do interior. Uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião dos leitores*. Porto Alegre: Sagra Luzatto.
- DIEESE. <Disponível em :<http://www.dieese.org.br/>> Acesso em : 9 Ago, 2008.
- Hohfeldt, A; Barbosa, M. (2002). *Jornalismo no século XXI. A cidadania*. Porto Alegre: Mercado Aberto.
- Kovach, B. Rosenstiel, T. (2004). *Os elementos do jornalismo. O que os jornalistas devem saber e o público exigir*. São Paulo: Geração Editorial.
- Kunczik, M. (2004). *Conceitos de jornalismo*. São Paulo: Edusp.
- Lemos, A. Berger, C. & Barbosa, M. (2005). *Narrativas midiáticas contemporâneas*. Livro da XIV Compos. Porto Alegre: Sulina.
- Peruzzo Krohling, C. M. (2004). *Comunicação nos movimentos populares. A participação na construção da cidadania*. (3ª.ed). Petrópolis: Vozes.
- Sousa, J. P. (2003). Explicações para as notícias serem aquilo que são. In: *Estudos de Jornalismo e Relações Públicas*. Universidade Metodista de São Paulo, p. 9.
- Traquina, N. (2004). *Teorias do jornalismo. Por que as notícias são como são*. V.1. Florianópolis: Insular.
- Vainfas, R. (1997). Caminhos e descaminhos da história. In: Vainfas, Ronaldo; Cardoso, C. F. (Orgs.) *Domínios da história - Ensaio de teoria e metodologia*. Rio de Janeiro: Elsevier, p.447.

Parte II

Lo comunitario en las políticas públicas de comunicación, en la prensa y en las redes de cooperación: Tejiendo caminos de resistencia y conquista de derechos

O comunitário nas políticas públicas de comunicação, na imprensa e em redes de cooperação: Tecendo vias de resistência e conquista de direitos

El lugar de la comunicación comunitaria en las políticas de comunicación en Brasil

Cicilia M. Krohling Peruzzo¹



RESUMEN

Estudio sobre aspectos de las políticas públicas de comunicación, sus orígenes y el espacio ocupado por la comunicación comunitaria en este contexto. Los objetivos son analizar la presencia de la comunicación popular, alternativa y comunitaria en las discusiones sobre políticas de comunicación en Brasil, situar los orígenes internacionales de las demandas por políticas nacionales de comunicación y presentar pistas para una política que contemple el sector comunitario. Se trata de una investigación bibliográfica con abordaje histórico-dialéctica. Se concluye que las demandas por democracia en la comunicación son históricamente reprimidas, pero lentamente algunas conquistas se hacen realidad.

Palabras clave: Política de comunicación, comunicación comunitaria, comunicación alternativa.

INTRODUCCIÓN

Históricamente la discusión sobre las políticas nacionales y regionales de comunicación en Brasil enfatiza el universo de la gran media, o de los medios de comunicación de masa, especialmente el sector audiovisual. Recientemente,

¹ Profesora doctora del Programa de Postgrado en Comunicación Social de la Universidad Metodista de São Paulo, Brasil. Autora del libro *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. (3ª. ed.) Petrópolis: Vozes, 2004, entre otros. kperuzzo@uol.com.br

con señales de la convergencia tecnológica entre el audiovisual, las telecomunicaciones y la informática, se incorpora tal perspectiva, además de la cuestión de la televisión digital haber animado el debate.

La comunicación popular, alternativa y comunitaria no ocupó espacio expresivo en ese debate. Ella trazó camino paralelo, probablemente porque su nivel de actuación, por lo menos en un primer momento, no alcanzaba los sistemas de transmisión masivos entonces preponderantes. Su fuerte era la comunicación dirigida a pequeños grupos, periódicos informales, folleto, cartel, megáfono, altavoz de bajo alcance y, posteriormente, videos analógicos. En segundo lugar, porque suele ser vista como algo menor y sin importancia en el contexto de las comunicaciones. Sin hablar de que no dependía de reglamentación, ya que su carácter alternativo estaba justamente en crear medios propios e independientes de expresión. Como los estudios de las políticas nacionales de comunicación privilegian cuestiones de reglamentación y regulación de las comunicaciones, así como las relaciones de poder y la estructura del mercado, he ahí otro motivo para el menosprecio a la comunicación comunitaria.

Este estudio se basa en una investigación bibliográfica y en un abordaje histórico-dialéctico. Los objetivos son analizar la presencia de la comunicación popular, alternativa y comunitaria en las discusiones sobre políticas de comunicación, situar los orígenes de las demandas por políticas nacionales de comunicación y presentar pistas para una política que contemple el sector comunitario. Para ello, se contextualiza el ambiente comunicacional, el debate y las reivindicaciones que ocurren en el país.

Se trabaja con la hipótesis de que la comunicación comunitaria, a pesar de haberse destacado en las discusiones originales sobre políticas democráticas de comunicación en el contexto de las propuestas de un Nuevo Orden Internacional de la Información y de la Comunicación (NOMIC) y del Informe MacBride, tiene una posición desventajosa en el contexto de las políticas de comunicación en Brasil.

ASPECTOS DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Sin la pretensión de profundizar los aspectos conceptuales acerca de las políticas de comunicación, se riza sólo que el tema se circunscribe al universo de las políticas públicas, las cuales son inherentes al ordenamiento

jurídico emanado de la sociedad y consubstanciado, en última instancia, por el Estado.

Es una temática oriunda de la ciencia política y remite a la interrelación entre el proceso político, las instituciones y la demanda de la sociedad civil lo que culmina en el eje legal y en los principios que rigen las políticas específicas.

En la ciencia política, se suelen distinguir tres abordajes:

En primer lugar, podemos destacar el cuestionamiento clásico de la ciencia política que se refiere al sistema político como tal y pregunta por el orden político correcto o verdadero: lo que es un buen gobierno y cuál es el mejor Estado para garantizar y proteger la felicidad de los ciudadanos o de la sociedad fueron las preocupaciones primordiales de los teóricos clásicos Platón y Aristóteles. En segundo lugar, tenemos el cuestionamiento político, propiamente dicho, que se refiere al análisis de las fuerzas cruciales en el proceso decisivo. Y, finalmente, las investigaciones pueden ser vueltas a los resultados que un sistema político viene produciendo. En ese caso, el interés primordial consiste en la evaluación de las contribuciones que ciertas estrategias escogidas pueden traer hacia la solución de problemas específicos. El último de los cuestionamientos mencionados dice respecto al análisis de campos específicos de políticas públicas como las políticas económicas, financieras, tecnológicas, sociales [comunicacionales] o ambientales (Frey, 1997: 213-214).

Se observa, en cuanto a las políticas públicas de comunicación en Brasil, que los dos últimos abordajes son los que orientan los estudios realizados. Estos, en su mayoría, se anclan en presuposiciones teóricas de la ciencia política y, tal vez, exista en el horizonte una intención —explícita o implícita— de responder el primer cuestionamiento. A lo que traigan la proposición de un tipo de ordenamiento y uso de las comunicaciones con el fin de resguardar la democracia, las identidades culturales y el pluralismo político, en el fondo se pretende “garantizar y proteger la felicidad de los ciudadanos y de la sociedad”.

En suma, se entiende por políticas públicas de comunicación un conjunto de principios y disposiciones procesales consubstanciados en leyes, normas y otros mecanismos reglamentarios que orientan el funcionamiento de los medios de comunicación, de las tecnologías asociados a ellos y de su papel en la sociedad.

El establecimiento de políticas públicas de comunicación sucede en un ambiente reglamentario

[...] un escenario apropiado para el juego de fuerzas entre cada uno de los actores involucrados, y donde cada uno ejerce su poder de presión en defensa de intereses, la mayoría de las veces, conflictivo. [...] En su interior circulan las deliberaciones legislativas, las jugadas políticas, los intereses corporativos, la defensa de la libertad, la definición de límites, las audiencias, las portarías, las medidas provisionales, las leyes, los consejos, las agencias [reguladoras], finalmente, todos los elementos envueltos en el establecimiento de políticas y estrategias específicas para el sector de las comunicaciones. (Rebouças, 2006:66).

Esas políticas, aunque sean coherentes en cuanto a las estrategias de preservar los intereses del capital y de los grandes radiodifusores, de hecho, son fragmentadas en telecomunicaciones, radiodifusión, informática, etc., que con el avance tecnológico van a sufrir un proceso de convergencia ineludible.

Por otro lado, las políticas públicas de comunicación

[...] son cada vez más combatidas, genéricamente encuadradas como interferencia estatal en negocios privados. De un lado, el neoliberalismo económico condena toda acción del Estado sobre el mercado, acusándolo de disminuir la competitividad empresarial, la cual sólo sería proporcionada por el libre mercado. De otro lado, el pensamiento político liberal también se posiciona contrariamente a la fiscalización de los contenidos culturales, por temer un retorno de la censura (Brittos, 2005:5).

Con la creciente importancia de los medios de comunicación en la sociedad, por la fuerza política e ideológica que tiene y por el volumen de negocios directos e indirectos que proporcionan, aumenta también el interés en investigar sus estructuras y las relaciones de poder.

No siendo viable desmenuzar el tema, ni apuntar el “estado del arte” de esos estudios dentro de los límites de este texto, se resaltan a continuación sólo algunos breves aspectos para demostrar elementos céntricos que configuran el sector de las comunicaciones en el Brasil.

En primer lugar, hay una mezcla entre concepciones distinguidas en la construcción del modelo brasileño de reglamentación del audiovisual:

Una, conservadora, absoluta durante el periodo del régimen militar, garantiza una sólida articulación de intereses entre los poderes políticos y económicos locales y nacionales. Las reformas promovidas en el área de las telecomunicaciones sirvieron para fortalecer el ala liberal –segunda concepción– de la alianza que sostiene el gobierno de Fernando Henrique Cardoso. Todo el proyecto de reforma del CBT (incluyendo la LGT y la LGCEM) transcurre de la gana modernizadora de esa ala, cuyas propuestas de fortalecimiento de la competencia la aproximaban de alguna forma de la tercera perspectiva –progresista–, defensora de la diversidad cultural, de los principios del servicio público y de la prioridad de las funciones culturales y educativas de los medios. La importancia de esta última tendencia en la formulación del modelo se sitúa en la capacidad que tuvo que introducir ciertos principios y mecanismos en el texto general, los cuales, no obstante, se encuentran aún lejos de que sean efectivamente aplicados (Bolaño, 2007:91).

Las conquistas del ala progresista están expresas básicamente en la interferencia del Fórum Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC) asegurando espacio en las negociaciones y garantizando avances en la ley de televisión por cable (Ley 8.977/95), en la promulgación de la Ley 9.612/98 de las radios comunitarias, la cual aun con todos los límites significó la existencia de una ley, rescatando el atraso de Brasil en el sector, y en la reglamentación del Consejo de Comunicación Social previsto en la Constitución de 1988, una conquista del proceso Constituyente, pero que tardó 14 años para ser instalado por falta de legislación específica.

Sin embargo, las reivindicaciones de un Consejo de Comunicación Social representativo de la sociedad civil, cambios en la ley de las radios comunitarias, fin de los oligopolios, incorporación de la transmisión de los canales comunitarios de la televisión por cable en el sistema abierto de televisión, y de la implantación de un sistema de televisión digital y de radio digital que efectivamente posibilitara la democratización en número de emisores, diversidad de contenidos y efectiva interactividad, no llegaron a ser implementadas.

Así, cuando la materia es la democratización del poder de comunicar, las dificultades para instituir mecanismos favorables son enormes. Cuando se consiguen dispositivos legales, estos no siempre son respetados o no son viabilizados por falta de aprobación en el Parlamento o reglamentación.

En los conflictos entre las diferentes concepciones de modelo de comunicación siempre prevaleció la línea conservadora y después la liberal-modernizadora que, de hecho, no deja de ser conservadora en el sentido de favorecer

la libre iniciativa, la concentración de propiedad y la ideología capitalista. Razón por la cual las conquistas de la línea progresista son tímidas o no se hacen efectivas legalmente y o/en la práctica. Aun el gobierno de Lula, identificado como de izquierda, no ha avanzado en la implementación de políticas significativas de comunicación. El ejemplo está en el modelo de televisión digital adoptado (modelo japonés, el ISDBT-T), totalmente en conformidad con los intereses de los grandes grupos de *mass media* que ya dominan el sector en el país.

Finalmente, “la democratización de la comunicación se procesa en los límites de la economía política capitalista y tiene, por esto, como características básicas, propuestas inmediatas de política pública, adecuadas a un sistema económico de mercado y a un sistema político liberal-representativo” (Ramos, 1998:1).

Según Bolaño (2007:105),

existe coherencia, tanto en la política del audiovisual, en el sentido de preservar los intereses de los radiodifusores, como en las políticas de comunicación en su conjunto, que transitan de una perspectiva nacional de desarrollo para otra, neo-liberal, a partir del gobierno Collor. El primer gobierno de Lula no muda en esencia esa situación, en ningún nivel, a pesar de las diferentes iniciativas del Ministerio de la Cultura o de los debates en torno al SBTVD.

- **Concentración de propiedad**

Los medios de comunicación están históricamente concentrados en las manos de pocos grandes grupos económicos de matriz familiar y con vínculos políticos de tendencia conservadora o liberal. Tanto a nivel nacional como regional se constata esa configuración. Por lo tanto, el control del *mass media* es oligopólico. La entrada de iglesias, principalmente evangélicas, en la operacionalización de redes de comunicación, en especial televisión, es un elemento nuevo perturbador pero no llega a romper con la oligopolización, ni con la línea de programación predominante, centrada en el entretenimiento y sostenida por la publicidad. En ese cuadro, la Rede Globo ocupa una posición hegemónica al alcanzar casi todo el territorio nacional y disfrutar de los mayores índices de audiencia.

La concentración de propiedad se expresa en las formas horizontal, vertical y cruzada. Según Venício A. de Lima (2001: 98;101), hay concentración horizontal cuando esta se produce dentro de una misma área. Ejemplo: la

televisión, abierta o cerrada, cuando una misma red tiene varias emisoras, generadoras, filiadadas y retransmisoras. La concentración vertical se verifica en la integración de las diferentes etapas de la cadena de producción y de distribución. Por ejemplo, un mismo grupo controla desde la producción de programas hasta su distribución. La telenovela en Globo, por ejemplo, es generada, producida y exhibida por la emisora, que también la exporta a otros países, además de comercializar los productos agregados (CDS con bandas sonoras, etc.). La propiedad cruzada ocurre cuando el mismo grupo tiene la propiedad de diferentes tipos de *mass media*. Ejemplo, televisión abierta, televisión pagada (cable, MMDS, Satélite DTH, etc.), radio, revistas, periódicos, telefonía, proveedor de internet, etc.

Una vez estructurada en estos tipos de propiedad y en números que revelan gran concentración (Lima, 2001), por ejemplo, la Red Globo tiene participación societaria en tres decenas de emisoras, posee más de cien filiadadas, además de decenas de emisoras de radio, periódicos, grabadoras etc.; el *mass media* brasileño, especialmente la radio y la televisión, viene construyendo un patrón homogéneo de programación y de lenguaje.

Se trata de una situación permitida, sea porque la reglamentación del sector siempre favoreció los intereses de los grandes grupos mediáticos, o por la falta de fiscalización o de interés político para hacer valer principios constitucionales y normas.

- **Contenidos: en la trilla del negocio**

De las configuraciones estructurales de los medios de comunicación privados en Brasil, despréndese que estos son gestionados como negocio. Un negocio de alta rentabilidad que al mismo tiempo satisface los intereses políticos e ideológicos de sus propietarios, de los aliados y de la propia clase dominante. En esas condiciones, los contenidos difundidos priorizan el entretenimiento, el abordaje sensacionalista de la información y el espacio para vehicular mensajes publicitarios pagos en una lógica de reproducción de valores de la sociedad de consumo, cuya matriz ideológica se coaduna a la libre iniciativa capitalista y al liberalismo político.

El sentido público que un medio de comunicación posee, ya que es una concesión del Estado y un bien público, es subvertido a los intereses mercadológicos. Muchos estudios —la mayoría sobre la Red Globo— demuestran

cómo el juego de intereses empresariales y políticos de grupos mediáticos se sobrepone al interés público, tanto en el conjunto de los programas exhibidos como en los arreglos administrativos y jurídicos.

Hasta el aparente inofensivo merchandising social, aún presentando y discutiendo temas de interés público, como corrupción, niños desaparecidos, prejuicio racial, violencia contra la mujer, la homosexualidad, etc., es visto con reservas porque la iniciativa contiene intereses institucionales y mercadológicos de las emisoras.

Sobre el merchandising de la Red Globo, Brittos y Bolaño (2007:89) señalan que este acaba “constituyéndose una ficción de esfera pública, al servicio de la forma mercancía. El interés por el tema perdura mientras dura la telenovela, promoviendo inclusive movilizaciones provisionales, distorsionadas, parciales y auxiliares de la pedagogía capitalista de consumo”.

Pero, no se considera que toda la programación de la televisión privada sea despreciable. Hay programas y cuadros de valor, sin hablar de la socialización de la información, de los descubrimientos científicos, del conocimiento y de la difusión de la producción cultural que proporciona.

Los abusos de los concesionarios en el uso de las tecnologías de comunicación —que pertenecen a la sociedad y a ella deben someterse— han generado controversias, denuncias, acciones civiles en el Ministerio Público, y la formulación de propuestas de creación de políticas públicas capaces de redireccionar sus principios, prácticas y la legislación en vigor. En esta perspectiva, acontecen algunas conquistas indicativas de la interferencia de fuerzas organizadas de la sociedad civil en los rumbos de la regulación² y de la reglamentación de las comunicaciones. Entre esas fuerzas destacamos el Forum Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC), universidades, Asociación Brasileña de Radiodifusión Comunitaria (ABRAÇO), Asociación Brasileña de Canales Comunitarios (ABCCOM), ONG TVer, Comité Gestor de la Internet, Oboré Proyectos Especiales, Intervozes

² Por regulación se entiende “el establecimiento de políticas y a la reglamentación y establecimiento de leyes y normas, a pesar de que ambos sean elementos constitutivos del ambiente reglamentario. Mientras los estudios sobre la reglamentación están más enfocados hacia los aspectos de control, acompañamiento y hasta legislativos, los de regulación tienen una visión más general, pues actúan sobre un conjunto de fenómenos que acompañan las movilizaciones en torno a intereses más amplios (Rebouças, 2006: 66).

(Colectivo Brasil de Comunicación Social), Observatorio del Derecho a la Comunicación y la Campaña Ética en la TELE – Quien Financia a Bajaría y Contra la Ciudadanía, entre otros. Ellas comparten la perspectiva político-ideológica del modelo progresista. Este modelo promueve pauta por el análisis crítico del *mass media*, por un lado; y por otro, la necesidad de cambio en el dominio de los medios de comunicación y de la consecuente democratización de la comunicación, no sólo de los medios –que podría ser representada sólo por el aumento en el número de propietarios– para todo el proceso comunicativo.

La desoligopolización, el pluralismo, la regionalización de contenidos y el cumplimiento de los principios constitucionales en la difusión de contenidos que priorizan las finalidades educativas, culturales e informativas están entre las banderas levantadas.

Mientras esas “batallas” por cambios siguen lentamente y en posición contra-hegemónica, sectores populares inventan sus propias maneras de democratizar la comunicación, aun en la ausencia de políticas públicas específicas. Son movimientos sociales, colectivos y organizaciones sin fines lucrativos, que percibiéndose ausentes o tratados de modo tendencioso y parcial por el gran *mass media*, pasan a forjar una comunicación propia visando a la transformación social.

ORÍGENES DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DEMOCRÁTICAS DE COMUNICACIÓN

La reivindicación por políticas públicas democráticas de comunicación no es reciente. El tema ya fue tratado por la UNESCO en los años sesenta y fue ampliamente discutido en las décadas de 1970 y 1980 por renombrados estudiosos y representantes de las Naciones Unidas durante seminarios y conferencias. Investigaciones sobre los flujos de información fueron realizadas y se divulgaron documentos. El centro de las discusiones era las relaciones entre el orden económico internacional y la constatación de distorsiones en los flujos internacionales de la información (agencias de noticias) y en la dominación cultural embutida en las producciones importadas de programas, películas y cómics, sin hablar en la inversión directa de recursos en los medios locales bajo los auspicios de agentes e instituciones de Estados Unidos (Ver Matta, 1980; Beltrán, 1982; Wertheim, 1979). Uno de los marcos fue la *Primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina*, realizada en Costa Rica en julio de 1976.

El texto final de esta conferencia teje varias recomendaciones en pro de la democratización nacional e internacional de la comunicación. Propone la adopción de criterios “justos de intercambio” de informaciones entre las naciones y habla de la necesidad de definir “y ejecutar políticas, planes y legislaciones que hagan posible el advenimiento de relaciones de comunicación más equilibradas”, tanto internamente como entre las naciones, entre otros aspectos (Beltrán, 1981:126-127).

Un documento importante también fue elaborado al final del Seminario “La información en el Orden Internacional”, organizado por el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET). El evento fue realizado en la ciudad de México del 24 al 28 de mayo de 1976. (Reys Matta, 1980:273-283). En él, además del análisis de la situación de las comunicaciones en el mundo, se presenta un plan de acción con recomendaciones a nivel conceptual acerca de la investigación y práctico-operacional con vistas a la formulación de políticas de comunicación.

Se sucedieron eventos en Nueva Delhi (India), Colombo (Sri Lanka), Ciudad de México (México), Lima (Perú), Nairobi (Kenia), etc., con la participación de especialistas europeos, norteamericanos, latino-americanos, indios, etc. Fueron manifestaciones ocurridas en el contexto del Movimiento de los Países No-Alineados —en los años setenta—, que destacan las relaciones desiguales entre el Norte y el Sur, y que culminaron con la propuesta de un Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación (NOMIC) y con la creación por la UNESCO de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, coordinada por Sean MacBride. La Comisión completó sus estudios en diciembre de 1979 y presentó en febrero de 1980 el informe final, conocido como *Informe MacBride* o *Un mundo, muchas voces*³, y que trae un diagnóstico del flujo informativo en el mundo⁴. Ese informe generó controversias y provocó hasta el retiro de los Estados Unidos de la UNESCO (Marques de Melo, 2005; Beltrán, 2000).

³ En Brasil el informe fue publicado por la Fundación Getúlio Vargas, en 1983, bajo el título “Un mundo y muchas voces: Comunicación e información en nuestra época”.

⁴ Hay versiones disponibles de la internet en la web de la Unesco:
 English:<http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066eb.pdf>
 French:<http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066fb.pdf>
 Spanish:<http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>

Las propuestas de la NOMIC, así como el Informe MacBride, preveían políticas públicas de comunicación internacionales, nacionales y regionales –vinculadas a un modelo de desarrollo participativo– que atendieran a los intereses de los países entonces identificados como del “Tercer Mundo”. Preconizaban el cambio en los flujos internacionales de información y de bienes culturales con la inversión de los polos emisores –romper el dominio de Estados Unidos–, a través de fuentes alternativas de información generadas en América Latina, Asia, África, etc.

En lo que se refiere a las políticas nacionales y regionales, se preconizaba la democracia de los medios masivos de comunicación, los cuales priorizarían contenidos nacionales en vez de los importados de países ricos. Se preveía también el incentivo a la comunicación popular-alternativa y participativa. El paño de fondo de las asertivas era basado en la proposición de promover el desarrollo de las naciones (Beltrán, 1981, 1982; Ramos, 1998); por lo tanto, la defensa de la vinculación con la realidad local, la cultura y las identidades nacionales es explícita.

Sin embargo, pasadas más de tres décadas se constata que esas políticas nacionales e internacionales de comunicación no llegaron a concretarse, excepto en iniciativas escasas, como la creación de la ALASEI, una agencia de noticias latinoamericana. Una excepción debe ser hecha: la comunicación alternativa, popular y comunitaria siguió su curso, con momentos de reflujo, pero que retoma fuerzas en los años recientes, ciertamente debido a su carácter autónomo y por no depender de la estructura del gran *mass media*. Fenómeno ese que tiene entre sus explicaciones el hecho de que los problemas sociales, económicos y políticos pasaron lejos de soluciones eficaces. Otro factor que ayudó la revitalización de esos procesos fue el desarrollo y propagación de tecnologías, del Internet, por ejemplo, que motivó la explotación de nuevas formas de comunicarse.

- **Lo comunitario en las políticas públicas de comunicación**

Aunque priorizando los flujos internacionales de la información, los documentos de la NOMIC y el Informe MacBride ya preveían la necesidad de fortalecimiento de la comunicación horizontal, alternativa y comunitaria. El referido informe, por ejemplo, en sus conclusiones y recomendaciones señala:

[...] El desarrollo de una prensa comunitaria en las áreas rurales y en los pequeños poblados proveería no sólo un apoyo a las actividades de extensión económica y social, sino también facilitaría la producción de literatura funcional. [...] La utilización de la radio local, de sistemas de televisión y de vídeo baratos y de formato pequeño, y de otras tecnologías apropiadas, facilitaría la producción de programas adecuados a los esfuerzos de desarrollo comunitario y proveería oportunidades para la diversificación de la expresión cultural” (MacBride, 1987:214-215).

Sin embargo, el difusionismo aún marca presencia. Pero hay que reconocer que el Informe MacBride ya abogaba por una “comunicación más democrática” y el propio “derecho a la comunicarse” dentro de los conceptos de acceso y participación bidireccional. Independientemente de las recomendaciones del Informe MacBride, que no fueron implementadas como políticas públicas de comunicación, pensadores y activistas persisten en la investigación y promoción de actividades en esa dirección.

Fernando Reyes Matta (ver Beltrán, 1981:30) desarrolló un modelo macro operativo de comunicación participativa. Luis Ramiro Beltrán (1981) desarrolló conceptos de comunicación horizontal, enfatizando sus múltiples finalidades: “acceso, diálogo y participación”. Otros pensadores, como Mário Kaplún, Juan Díaz Bordenave, Miguel Azcueta, entre muchos otros, en general asimilando conceptos de Paulo Freire, también son precursores de los estudios de la comunicación popular y comunitaria en América Latina.

Se trata de una línea de estudios y de prácticas que encontró gran resonancia en Latinoamérica. Comunicación comunitaria es una de las denominaciones para la comunicación popular, participativa, horizontal o alternativa, para referirse al proceso comunicativo llevado a efecto por movimientos sociales populares y organizaciones sin fines lucrativos de la sociedad civil. Esto ocurre en el contexto de una praxis de actores colectivos que se articulan con el fin de provocar la movilización social y realizar acciones concretas para mejorar las condiciones de existencia de las poblaciones empobrecidas y la conciencia sociopolítica.

En la última década del siglo XX y en el inicio del siglo XXI su denominación es renovada al agregar la lucha por la universalización de las condiciones para el acceso y uso de las nuevas tecnologías de comunicación. La campaña CRIS (*Communication Rights in the Information Society*), Derecho a la Comunicación en la Sociedad de la Información, lanzada en 2001, sintetiza las reivindicaciones en esa perspectiva. Ella se constituye en un movimiento

liderado por organizaciones no-gubernamentales del campo de la comunicación y de los derechos humanos de diversos países, y se constituye en un movimiento de contra-comunicación a los eventos oficiales de la World Summit on the Information Society (WSIS), Cúpula Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI), convocados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

En el centro de la cuestión, lo que se discute es la preeminencia del uso de los medios de comunicación en beneficio de la ciudadanía y que esta sea construida por los propios ciudadanos, en su interacción con las otras fuerzas constitutivas de la sociedad.

En Brasil, sólo la maduración de las propuestas de políticas públicas nacionales y regionales de comunicación propiciaría el reconocimiento e inclusión de forma clara de la comunicación popular y comunitaria, como expresión de los sectores populares organizados de la sociedad civil, y que efectivamente viene democratizando la comunicación en las discusiones y en los mecanismos regulatorios. Estos sectores no quieren ser controlados, ni aun reglamentados en todos sus pasos, pero necesitan de políticas que garanticen apoyo y condiciones de funcionamiento.

Mientras en la práctica los movimientos populares forjan formas autónomas de comunicación, el Movimiento por la Democratización de la Comunicación en Brasil prioriza la discusión de políticas públicas en el ámbito del gran *mass media*, habiendo añadido recientemente reivindicaciones acerca de los canales públicos, de la tecnología digital y de la convergencia tecnológica.

Ese cuadro, es decir, el debate en torno a políticas nacionales de comunicación, sólo comenzó a cambiar con el avance evidente de la comunicación comunitaria, expreso en la conquista de leyes para las radios comunitarias (1998) y los canales de uso gratuito en la televisión por cable (1995), entre ellos, el comunitario. No se puede decir que no hubo apertura para la inclusión de esa modalidad de comunicación, pero ese pasaje siempre fue tímido y limitado a las personas que tienen algún pasaje relevante en el sector, principalmente, militantes. La participación de Daniel Herz y otros miembros del FNDC⁵ en la formulación de la ley de televisión por cable que ga-

⁵ Participaram das discussões no Parlamento Nacional que culminaram com a conquista de uma lei de Tv cabo mais democrática.

rantizó los canales de uso público, entre ellos del canal comunitario, es indicativo de ese proceso. Recientemente, el reconocimiento de los medios comunitarios parece crecer como puede ser observado en participaciones de representantes del Intervozes y en raros textos académicos sobre políticas de comunicación, como es el caso de Brittos y Benevenuto (2006) que, al analizar el modelo de reglamentación que prioriza la libertad de actuación del capital, no dejan de identificar los sectores no hegemónicos que se organizan en torno a la comunicación alternativa. En otro texto “se reconoce la existencia de lugares alternativos, que periféricamente luchan para producir sentidos opuestos a los de los medios de comunicación hegemónicos” (Brittos & Bolaño, 2007: 85). En la práctica y a nivel local algunos alcaldes progresistas instituyeron –mientras duraron sus mandatos– políticas locales de comunicación democrática (Tresca, 2008; Riccordi, 2000), dedicando espacio distinguido de apoyo a la comunicación comunitaria.

Las demandas del segmento comunitario tienen la dirección de movimientos específicos del sector y sus aliados directos (ABRAÇO – Asociación Brasileña de Radiodifusión Comunitaria, la ABCCom – Asociación Brasileña de Canales Comunitarios, el Ministerio Público etc.), que pleitean junto a los órganos competentes (Casa Civil, Parlamento, Comisión de Ciencia y Tecnología, etc.) la modificación o formulación de políticas y leyes que aseguren sus intereses. Por otro lado, las restricciones legales y la represión de iniciativas populares (cierre de radios comunitarias) resaltan la falta de una política para el sector comunitario, a pesar de las claras demostraciones de su poder de animar iniciativas de autpromoción humana y ampliación de la ciudadanía (o tal vez exactamente por eso).

Es oportuno que en un momento como el actual, de convergencia y creciente demanda por la universalización de Internet, y cuando aumenta la conciencia sobre el acceso a los canales de comunicación como derecho humano de cualquier ciudadano, no se disocie de las políticas nacionales y regionales de comunicación aquellas facetas directamente relacionadas con la comunicación popular y comunitaria. Si el menosprecio hacia este tipo de comunicación está relacionado con su bajo alcance y amplitud respecto al número de personas que impacta, conviene acordarse que lo “poco”, o aparentemente insignificante, se hace mucho e importante cuando es diseminado en los más diversos espacios urbanos. Esa modalidad comunicativa remite directamente a segmentos específicos de la población, trata de los asuntos que afectan la vida en el cotidiano y es un poderoso instrumento de edu-comunicación popular. Ayuda a desarrollar la conciencia crítica, el intelecto, la autoestima y a mejorar las condiciones de existencia. Sus prácticas establecen los cimientos

para una política de comunicación comunitaria que no dependió de estatutos jurídicos para concretizarse.

Se trata de una comunicación que se manifiesta de diferentes maneras y se inserta en las dinámicas sociales con miras a mejorar las condiciones de existencia y de conciencia de la población. Es un fenómeno comunicacional que presupone la participación de los miembros de una comunidad o los movimientos sociales, no sólo como destinatarios de los mensajes, sino como protagonistas en el contenido y la gestión de medios de comunicación.

Frente a la relevancia de las formas alternativas de comunicación en el proceso de movilización social para la construcción de ciudadanía, algunos principios y mecanismos facilitadores no podrían estar ausentes de una política nacional y regional de comunicación que diera el merecido valor a las manifestaciones libres, comunitarias y autónomas de la sociedad civil.

PRINCIPIOS DE UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA

- a. Reconocer el acceso a los medios de comunicación en la condición de emisor como derecho del ciudadano, en el mismo nivel de los demasiados derechos de ciudadanía.
- b. Incentivar el protagonismo del ciudadano, de los movimientos sociales y de las organizaciones colectivas en la elaboración de contenidos y lenguajes coincidentes con la realidad de cada segmento y “comunidad” donde se localizan.
- c. Crear condiciones para el empoderamiento social de las tecnologías de comunicación –antiguas y modernas– por organizaciones colectivas sin fines lucrativos.
- d. Facilitar la participación activa y autogestora de los ciudadanos y de las entidades civiles representativas en todo el proceso de comunicación, producción y difusión de contenidos, planificación y gestión de los medios, con el fin de posibilitar la edu-comunicación popular.
- e. Tener como finalidad el desarrollo social integral y multifacetario de los ciudadanos y de la sociedad.

MECANISMOS FACILITADORES

- a. Formar fondos públicos que garanticen la sostenibilidad de los medios de comunicación popular-comunitarios y sin fines lucrativos de modo que no sean forzados a someterse a la lógica de mercado capitalista.
- b. Crear en cada municipio por lo menos un Centro Colectivo de Producción Audiovisual destinado a la formación de liderazgos y al apoyo en la elaboración de webs, vídeos y programas para exhibición en los canales comunitarios de televisión y emisoras de radio de baja potencia, y de otros canales de comunicación según la realidad de cada lugar.
- c. Formar Consejos Municipales de Comunicación (constituidos como órganos públicos y compuestos por representantes de los diferentes macrosegmentos de la sociedad civil y política) y Comités Locales de Comunicación (constituidos como organismos civiles autónomos, pluralistas y representativos de las organizaciones y movimientos sociales sin fines lucrativos) con el fin de incentivar y fiscalizar (en el caso de que sean beneficiadas por el fondo público) las políticas y prácticas operacionales y presupuestarias de las unidades comunicacionales (Peruzzo, 2005).
- d. Incentivar el trabajo cooperativo entre las entidades locales de comunicación y las organizaciones sociales comprometidas en la promoción de la ciudadanía, así como universidades, institutos, Ministerio Público, organizaciones no-gubernamentales y afines.

CONSIDERACIONES FINALES

En relación con la hipótesis sobre la posición del sector comunitario en las políticas de comunicación, puede afirmarse que la importancia dada a la comunicación autónoma de las clases subalternas puede ser evaluada por la desventaja con que es tratada en el contexto de los debates sobre políticas de comunicación en el país, y por el hecho de que sólo a partir de 1995 es que aparecen en el texto de leyes de radio y de televisión en Brasil las palabras “comunitario” y “comunidad”.

Los principales medios de comunicación en Brasil son controlados por sectores dominantes de la sociedad y las decisiones que envuelven reglamenta-

ción y definición de políticas públicas siempre objetivan el mantenimiento de esa estructura. En verdad, a pesar de no existir una política de comunicación expresa (escrita en forma de documento) en el país, mucho menos de comunicación comunitaria, hay una regulación implícita que favorece los grandes grupos económicos y el *mass media* como negocio.

La implementación de políticas públicas que democratizen las comunicaciones es una reivindicación externalizada hace décadas y se constituye en una de las banderas de lucha de las organizaciones civiles. Algunas de sus conquistas resultaron en modificaciones importantes. Por ejemplo, la ley de la televisión por cable posibilitó la inclusión de nuevos actores en el espectro televisivo de la televisión cerrada (pagada). Es el caso de los canales comunitarios (casi un centenar), universitarios, legislativos (TV Senado, TELE Cámara, Teles Asambleas en los estados y en los municipios) y de la Justicia. Las radios comunitarias están esparcidas por todo el país. *Webs, blogs* y pequeños periódicos alternativos son una realidad. Los altavoces comunitarios de otrora no desaparecieron. Finalmente, crece la demanda por la participación social en los otros medios de comunicación locales y comunitarios y se constituye un movimiento que cuestiona el sistema tradicional de *mass media* en el país.

Si por un lado, las demandas por democracia en la comunicación han sido y son históricamente reprimidas, por otro lado hay expresiones autónomas que lentamente interfieren en la realidad con miras a su transformación.

REFERENCIAS

- Beltrán, L. R. (1981, set.). Adeus a Aristóteles. *Comunicação e Sociedade*: 16, 5-35 revista do Programa de Comunicação. S.B.do Campo: UMESP.
- Beltrán, L. R. (2000, junio). El sueño en la nevera. *Chasqui*, 70.
- Beltrán, L. R. & Cordona, E.Fox de. (1982). *Comunicação dominada: os Estados Unidos e os meios de comunicação da América Latina*. S.Paulo: Paz e Terra.
- Bolaño, C. R.S. (2007). *Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?* S.Paulo: Paulus.
- Brittos, V. C. (2005, dic.). Circulação internacional e distorções comunicacionais no capitalismo global. Eptic. *Revista de Economia Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, VIII (6), 1-11. Disponible em: www.eptic.com.br. Acceso em; 17 jan.2008.
- Brittos, V. & Bolaño, C. R.S. (2007). Espaço público midiático e a ideologia do merchandising social da Rede Globo: uma crítica... In: Ramos, M.C.; San-

- tos, S.dos. R.S.(Orgs.). *Políticas de comunicação: buscas teóricas e práticas*. S.Paulo: Paulus, p.83-98.
- Brittos, V. & Bolaño, C. R.S. (2005). *Rede Globo: 40 anos de hegemonia e poder*. São Paulo: Paulus.
- Brittos, V. & Bolaño, C. R.S. & Benevenuto, A. (2006). Comunicação dominante e alternativa: notas para uma análise a partir da economia política. *Comunicação e Sociedade* 45, 117-134.
- Frey, K. (1997). Políticas públicas: um debate conceitual... Konstanz/Alemanha: Universidade de Konstanz (Capítulo da tese de doutorado sobre Políticas ambientais dos municípios de Santos e Curitiba). Disponível em: www.usp.br/procam/docs%20novosartigos... Acesso em: 20 jan. 08.
- Herz, D. (1986). *A história secreta da Rede Globo*. P.Alegre: Tchê.
- Jambeiro, O. (2007). A reconfiguração do ambiente regulador das comunicações na sociedade da informação. In: Ramos, M.C.; Santos, S.dos. R.S.(Orgs.). *Políticas de comunicação: buscas teóricas e práticas*. S.Paulo: Paulus, p.99-125.
- Lima, V. De. (2001). *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Perdeu Abramo.
- Macbride, S. (1987). Un solo mundo, voces múltiples. México: Fondo de Cultura Económica, Coleção Popular. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>. Acesso em: 27 jan.2008.
- Marques De Melo, J. (2005, dic.). A participação latino-americana na concepção das teses sobre a democratização da comunicação: re-visitando MacBride e a NOMIC. *Eptic. Revista de Economia Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, VIII (6), p.1-15. Disponível em: www.eptic.com.br. Acesso em; 17 jan.2008.
- Peruzzo, C. M.K. (2004). *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. (4ed.). Petrópolis: Vozes.
- Peruzzo, C. (2005, jul/dic.). Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* 2 (3), 18-41.
- Ramos, M. C. (1998). Televisão a cabo no Brasil: desestatização, reprivatização e controle político. *Intexto: revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação*. P.Alegre: UFRGS, v.1, n.4, p.1-11. Disponível em: <http://www.intexto.ufrgs.br/v1n4/a-v1n4a2.html>. Acesso em: 29 jan.2008.
- Rebouças, E. (2006). Os direitos à comunicação e o regime de propriedade intelectual. In: Marques de Melo, J.; Gobbi, M.C; Sathler, L.(Orgs.). *Mídia cidadã: utopia brasileira*. S.B.do Campo: UMESP, p.65-82.
- Reys Matta, F. (1980). *A informação na nova ordem internacional*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Riccardi, P. (2000). *Poder público e comunicação comunitária*. São Paulo, (Texto de palestra proferida do I Simpósio de Rádio e Cidadania na América Latina – mimeo.).
- Shiller, H. (1978). *O império norte-americano das comunicações*. Petrópolis: Vozes.
- Tresca, L.(2008). *Políticas locais de fomento à comunicação comunitária: os casos das prefeituras de Fortaleza, João Pessoa, Macapá, Porto Alegre e Recife*. São Bernardo do

Campo: Universidade Metodista de São Paulo, (Dissertação de Mestrado – Comunicação Social)

Wertheim, J. (Org.) (1979). *Meios de comunicação: realidade e mito*. São Paulo: Nacional.

Propuesta de un modelo de comunicación masiva para la construcción de ciudadanía en América Latina*

Carlos A. Camacho Azurduy¹



RESUMEN

Se presenta la propuesta de un modelo de comunicación masiva que favorezca la *ciudadanía comunicacional*. Esta se establece mediante el vínculo entre la persona y los medios, como principales fuentes de información en la “nueva” sociedad. Por lo tanto, la ciudadanía es también el reconocimiento de esa integración, en la cual el ciudadano consume discursos informativos (noticias) y de opinión (opiniones y propagandas). Se plantea una matriz de intervención para aproximarse al rol de los medios masivos de comunicación en la gestación de ciudadanía desde los ámbitos comunicativos complementarios que despliegan en su práctica cotidiana.

Palabras clave: Ciudadanía, modelo de comunicación, participación, democratización de la comunicación.

¿POR QUÉ HABLAR, HOY, DE CIUDADANÍA?

De una manera real se empieza a percibir, como fundamento para la consolidación de los novedosos sistemas democráticos de América Latina, la urgente necesidad de la legalidad y legitimación de la ciudadanía desde la sociedad

* Esta es una versión revisada por el autor a junio de 2009, a solicitud expresa de la profesora Cicilia M. Krohling Peruzzo.

¹ Coordinador del Área de Formación Profesional del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL). Doctor en “Comunicación, Derecho a la Información y Ética” de las Universidades Diego Portales de Santiago de Chile y Complutense de Madrid. Docente de postgrado en el Área de Comunicación de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador y Sede La Paz, Bolivia.

civil. No sólo en los ámbitos académicos, sino cada vez con mayor ímpetu entre las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales este tema va cobrando especial importancia por una serie de razones que provienen fundamentalmente de cuatro vertientes:

Política

- La falta de reconocimiento y menosprecio, desde el tiempo de la Colonia, de la cultura política de los sectores populares debido a razones políticas e ideológicas que impiden concebir al “otro”, en sus múltiples diferencias –especialmente interculturales–, como igual (conciudadano). Esto se manifiesta en desigualdad e injusticia social producto de una profunda negación cultural y de una serie de sentimientos y acciones arraigados de discriminación e intolerancia³.
- Paralelamente, se observan marcados procesos de autonegación, en los que el “otro” se siente y percibe como inferior (ciudadano de segunda o tercera clase) y desestima su propia identidad cultural.
- Se siente el agotamiento del sistema de partidos políticos. La gente valora la política como necesidad de participar y ocuparse del destino de la comunidad, pero siente que esta actividad fue “maleada” por un grupo minoritario (“politiqueros”) que se aprovecha de ella para lograr intereses personales o partidarios y, además, no deja participar a otros en la escena política (clientelismo, nepotismo).

Histórica

- Una modernidad aún inconclusa en la que conviven multiplicidad de sentidos de vida y pluralidad de culturas, en cuyo seno se entrecruzan diferentes lógicas de desarrollo que no logran ser resignificadas y apropiadas por la gente debido a las concepciones lejanas y alejadas desde las que fueron pensadas y trasplantadas.
- Una larga etapa histórica de gobiernos de facto (militares) en diferentes países latinoamericanos en la década de los setenta que avasalló las posibilidades reales del ejercicio constitucional de derechos, esencialmente los relacionados con la libertad de expresión y opinión, y anuló las garantías constitucionales de los ciudadanos. Todo

³ Esto se manifiesta también en la desigualdad de oportunidades, ya que como se puede observar en el caso de Bolivia, “la exclusión social y una cultura de negación del otro, el racismo y los prejuicios regionales, pero también las desigualdades en las oportunidades educativas y de acceso a los códigos de la modernidad” (PNUD, 2002: 225).

ello, sumado a violaciones de los derechos humanos por medio del uso de aparatos de represión y muerte, desgastó el sistema democrático y perfiló un clima de injusticia en el que –ahora en menor medida, pero con clara evidencia– viven las mayorías alejadas o aisladas del poder económico y político. Estas jóvenes democracias tienen aún mucho camino por recorrer para recobrar la esperanza perdida y el sueño anhelado.

Económica

- “Paradójicamente, a pesar del crecimiento evidente de la miseria y de la pérdida general de la calidad de vida en muchos aspectos, el debate sobre la pobreza ha quedado relativamente escindido de la discusión sobre la ciudadanía” (Calderón & Lechner, 1998: 36). La pobreza es una “marca de inferioridad” (que califica al otro como carente, indigno, desprotegido, marginal) que desconoce al “otro” –culturalmente distinto– como sujeto de derechos legítimos y, por lo tanto, impide la universalización, el reconocimiento y el ejercicio de estos. En ese marco, coincidimos con los autores abordados, no puede existir el ciudadano.
- Los altos índices de pobreza llevan a que la gente –fundamentalmente de los sectores populares– se preocupe de satisfacer, en primera instancia, sus necesidades básicas más elementales antes que participar y decidir públicamente. Estas condiciones de vida extremadamente difíciles se reflejan –como en forma acertada apunta el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2002:188)–, en expresiones de desilusión, fatalismo y pesimismo muy fuertes, sensación de abandono y desamparo, inseguridad y frustración respecto al futuro.
Empero, muchas veces, esta es razón sustancial para el surgimiento de movimientos sociales agrupados en torno a la identidad cultural, el género, el consumo, etc., que exigen el cumplimiento de sus derechos. Por otro lado, al tener estas necesidades resueltas, los sectores más acomodados se repliegan, cada vez más, en ámbitos privados (individuales, grupales o familiares) que los alejan de la construcción de comunidad.
- El PNUD (2000: 31, 131) sostiene que la pobreza está vinculada, en su dimensión subjetiva, con la incapacidad de ejercer ciudadanía (condición pre-ciudadana), que se manifiesta en relaciones sociales excluyentes y desigualdad de oportunidades, impidiendo afirmar los

valores y traducir las aspiraciones de todos los sectores de la sociedad en proyectos de vida compartidos. En ese sentido, Cançado (en Benvenuto, 2001:20), juez presidente de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, plantea que en este inicio del siglo XXI la erradicación de la pobreza extrema se constituye en uno de los grandes desafíos de la protección internacional de los derechos humanos.

Social

- Si bien la democracia ha tenido importantes avances, se percibe un malestar y deterioro social que repercute en una desconfianza generalizada. Esta situación ocasiona que, tal como afirma el PNUD, “A mayor desconfianza, menor posibilidad de ciudadanía, y por tanto mayor dificultad en consolidar proyectos en la perspectiva del desarrollo humano” (2000:185).
- Se ha detectado en segmentos sociales amplios una actitud individual negativa que puede constituirse en una enorme barrera para el desarrollo y la formación de ciudadanía: el fatalismo⁴. De hecho, “conlleva resignación y conformismo y generalmente está asociado con altos niveles de frustración y bajas condiciones y oportunidades para superarlos” (p.224).

En mayores y menores grados estas vertientes, entre otras, muestran a la ciudadanía en Latinoamérica como el resultado de un proceso sociopolítico que pretende –en pleno siglo XXI– la lucha por la igualación de todos en pos del fortalecimiento de Estados con plenas garantías para dar concreción y vigencia a los derechos humanos en la consolidación de sociedades verdaderamente democráticas, justas y equitativas.

Por ello, es urgente la tarea de encarar un trabajo multidisciplinario en la construcción de ciudadanía desde diversos frentes. Este trabajo se aproxima a la labor específica de los medios de comunicación masiva en esta dirección. A continuación, se detallan algunos rasgos que permiten comprender

⁴ La opinión pública en Bolivia “se divide entre quienes creen en la legitimidad y eficacia de construir planes de futuro y están convencidos de que es posible actuar sobre los procesos (51,9%) y quienes, por el contrario, piensan que hacer planes para el futuro es vano porque estos nunca se cumplen, o que las cosas van a tomar su rumbo por sí mismas y por tanto no creen ni tienen la convicción necesaria para actuar sobre los procesos, conformándose con lo que tienen o resignándose a su suerte” (PNUD, 2002: 224).

los aspectos que abarca el tema de la ciudadanía antes de que se analicen los procesos masivos para su gestación activa y responsable.

¿QUÉ CIUDADANÍA, CUÁLES CIUDADANOS?

La vida personal, la expresión, el conocimiento y la historia avanzan oblicuamente, y no directamente, hacia fines o hacia conceptos.

Lo que se busca demasiado deliberadamente, no se consigue.

Maurice Merleau-Ponty

De acuerdo con la propuesta de Sinesio López Jiménez (1997: 53-54), la ciudadanía es una categoría socio-política resultado, fundamentalmente, de un proceso de igualación de las condiciones sociales (igualdad ante la ley) que se constituye en la base política de la democracia y la condición del hombre moderno, caracterizado por ser una persona con un conjunto de derechos garantizados y protegidos constitucional e institucionalmente por el Estado (dimensión pasiva) y con responsabilidades –establecidas en las leyes– hacia la comunidad política⁵ de la que forma parte y con la que se relaciona permanentemente (dimensión activa).

Este es precisamente el primero (*status* jurídico) de los tres momentos de la ciudadanía que comprende, a su vez, tres elementos o formas de ejercerla: *a*) ciudadanía civil, compuesta por los derechos constituidos por las libertades básicas (libertad de la persona, libertad de propiedad y de contrato, derecho a la justicia, libertad de palabra, pensamiento y acción); *b*) ciudadanía política, derecho a participar en el ejercicio del poder y las decisiones políticas, esto es, a elegir y ser elegido; y *c*) ciudadanía social, que comprende aquellos relacionados con el bienestar (educación, salud) y la seguridad económica (empleo) y que, en definitiva, permiten a los ciudadanos ejercer sus otros derechos.

El segundo momento tiene, más bien, un carácter público, a través del cual los ciudadanos asumen una competencia política (roles sociales) para defender sus intereses y tomar decisiones como miembros de diferentes grupos sociales y culturales. El último momento es el ético, que se refiere

⁵ La ciudadanía, por tanto, es un vínculo de carácter político con el Estado, a diferencia de la nacionalidad que es un vínculo jurídico.

a un conjunto de cualidades morales (responsabilidades cívicas o civismo) necesarias para desempeñar adecuadamente los derechos y responsabilidades en los espacios cívicos y, así, definir a alguien como “buen ciudadano”.

Por lo tanto, el concepto de ciudadanía esbozado en líneas anteriores supone un conjunto de elementos básicos que la definen (López Jiménez, 1997, pp.118-119):

1. El ciudadano es un individuo –en la tradición liberal– o un conjunto de individuos –en la tradición comunitarista– que no tiene relaciones de servidumbre o esclavitud.
2. El ciudadano es titular de derechos o atribuciones de ciertas capacidades, tales como:
 - a. actuar libremente sin impedimentos sobre la base de derechos civiles (libertad de la acción), en función de una apertura al disenso, la oposición y la competencia;
 - b. decidir libremente y participar activamente no sólo en la elección de los gobernantes, sino en la gestión de los asuntos públicos, ejerciendo activamente los derechos políticos (libertad de la voluntad), para la inclusión o democratización; y,
 - c. participar en la riqueza y el bienestar que produce una sociedad (derechos sociales).
3. En la relación de los individuos y de la sociedad con el Estado moderno, se reconoce el predominio de los derechos sobre las responsabilidades, en el marco de una serie de garantías constitucionales, organizativas e institucionales.
4. La ciudadanía implica un sentido de pertenencia, integración y membresía a una determinada comunidad política, entre cuyos miembros se establecen relaciones de interdependencia, responsabilidad, solidaridad y lealtad.

De ahí se constata que el *ser ciudadano* no es un *status* que se da por el simple hecho pertenecer a una determinada comunidad política, sino que supone permanente formación, voluntad e interés. No hay una manera ideal de ser ciudadano/a o ejercer la ciudadanía.

La comprensión cabal del concepto permitirá apropiarse críticamente de él y trabajarlo en función de un horizonte común. Por ello, sobre la base de

diferentes nociones de ciudadanía planteadas por autores como Rosa María Alfaro (1995), Adela Cortina (1997), Fernando Calderón (1996), Sinesio López (1997) y otros, a continuación se establece un conjunto de elementos básicos que permiten acercarse a los principales rasgos constitutivos que la definen:

1. *Ciudadanía es igualdad legal, social y humana.* El concepto de ciudadanía destaca que todos somos iguales ante la ley, con derechos que reclamar y deberes que cumplir en tanto miembros de una sociedad y un Estado. De esta manera, permite reconocer en el “otro” un conciudadano que está en la misma condición y con el que hay algo común (lo público) que nos une. Por lo tanto, supone consideraciones y tratos mutuos de respeto y consideración igualitaria.
2. *Ciudadanía es pertenencia activa.* Igualmente, esta noción propone la idea de pertenencia, vinculación y membresía a una determinada comunidad política entre cuyos miembros se establecen relaciones de interdependencia, responsabilidad, solidaridad y lealtad. En esta dirección, “yo soy parte de” en la medida en que me siento y me comporto como parte fundamental de la sociedad, mereciendo respeto y generando responsabilidades. Esta ligazón que el individuo va construyendo cotidianamente no significa sumisión al sistema existente, ya que también supone la idea de conflicto, competencia y consideración, incorporación crítica.
3. *Ciudadanía es integración social.* Hoy día el concepto de ciudadanía permea, a su vez, la idea misma de integración en una triple dirección, tal como lo tratan Calderón et ál. (1996):
 - a. mayor equidad productiva: distribución más justa de opciones con sus efectos en el acceso a bienes y servicios;
 - b. mayor equidad simbólica: orden más equitativo en el intercambio comunicativo, en el consumo cultural, en el manejo de la información y en el acceso a los espacios públicos; y,
 - c. difusión del ejercicio igualitario de derechos y reciprocidad efectiva entre sujetos de distintas identidades culturales.
4. *Ciudadanía se vincula a ejercicio político y de poder.* Como apunta López Jiménez (1997), la emergencia de la ciudadanía implica un cambio fundamental por medio del cual “los gobernados dejan de ser un objeto sometido al poder para convertirse en un sujeto y titular legítimo del poder.” Esto se debe a que, tanto en el plano local o

nacional, la ciudadanía permite la constitución y potenciamiento de distintos actores sociales (individuos, grupos e instituciones) en el sistema político de toma de decisiones colectivas, asegurando que exista un real ejercicio democrático. Cuando las personas se asumen como ciudadanas e interactúan con distintos actores sobre la base de respeto y reconocimiento recíprocos (el otro como un semejante), institucionalizan procesos de cambio social consensuado en función de la expansión de sus derechos políticos y sociales.

5. *Ciudadanía rescata al individuo y la comunidad de intereses.* Alfaro reconoce que la ciudadanía destaca que el individuo vale por sí mismo, lo implica como persona individual. No obstante, este reconocimiento de que “yo soy ciudadano(a)” me compromete a velar por la existencia de algo *común* que me liga a los otros por medio de la construcción de acuerdos, creación de redes, espacios y comportamientos de solidaridad colectiva, conformación de esferas públicas (intereses, espacios e imágenes comunes).

La ciudadanía, en esta lógica de razonamiento, no es sólo un *status* sociopolítico determinado por un balance adecuado de derechos y deberes, sino también una identidad compartida, vale decir, una expresión de la propia pertenencia a una determinada comunidad política. Por ende, *ejercicio de la ciudadanía* “consiste en la participación real y activa de las personas en la construcción de la sociedad y en su transformación. Se realiza a partir de la asunción de los deberes y derechos formales para incorporarlos a la vida cotidiana en todos los terrenos políticos, económicos y culturales” (Villamayor & Lamas, 1998:225).

Así, *desarrollar la ciudadanía* es incidir desde la vida cotidiana en la toma de decisiones y posiciones —por medio de la participación activa y la asunción responsable de derechos y deberes— que afectan la pertenencia a una comunidad, a la sociedad civil, con el propósito de desarrollar acciones destinadas a gestar colectivamente el propio destino, esto es, la capacidad de ser sujeto protagónico de la construcción pública con otros a partir del reconocimiento de la individualidad que marca la diversidad.

En esta dirección, es crucial impulsar procesos sistemáticos de *educación ciudadana* para la formación de una *cultura política ciudadana* sustentada en el cultivo de los siguientes valores morales cívicos: igualdad, respeto, tolerancia, solidaridad y diálogo. Para Humberto Vandenbulcke (1999), la edu-

cación ciudadana persigue —frente a la pasividad, resignación, lamento y sumisión de mucha gente en la sociedad actual— los siguientes propósitos:

- Sacar a la gente de su pasividad y encausar procesos para que llegue a la propuesta, la iniciativa, la búsqueda de soluciones, la formulación de propuestas, la toma de iniciativas y la acción individual y colectiva.
- Aumentar la participación de la población en la (auto)gestión de la sociedad.
- Democratizar y potenciar a la sociedad desde abajo, es decir, desde la sociedad civil.
- Defender los derechos y promover también los deberes ciudadanos con respecto al mejoramiento de la calidad de vida (desarrollo integral).
- Llenar a la gente de confianza y afirmar la identidad de los pobres para poder luchar y actuar en la sociedad.

LA CIUDADANÍA COMUNICATIVA

Manuel Antonio Garretón (1995:103) plantea una multidimensionalidad ciudadana —ligada al acceso y la calidad—, esto es, un conjunto de derechos y deberes donde la persona ejerce su capacidad de ser sujeto, es decir, de llegar a controlar o decir algo sobre los procesos que definen un determinado campo, por ejemplo, en relación al mundo territorial, educacional, *comunicacional*, de género, etnia, generación, etc. Por lo tanto, en cada uno de estos campos se es titular de derechos humanos inalienables de acuerdo con una particular condición que proviene de la diversidad.

Al respecto, Garretón (p.104) considera que en el concepto de ciudadanía moderna “estamos frente a una extensión de derechos irrenunciables que provienen precisamente de la diferencia y no de la igualdad básica de los seres humanos”, lo que le otorga a cada persona o grupo la posibilidad de definir y luchar por tales derechos. Empero, esta potencialidad de la expansión ciudadana —como la llama el autor mencionado— se ve frustrada y negada por la exclusión, marginación, descomposición y fragmentación de las sociedades, la ausencia de proyectos globales de sociedad, etc., que caracterizan a los pueblos de América Latina, especialmente, los sectores populares.

En este marco, María Elena Herмосilla (1995:180) sostiene que los medios de comunicación masiva pueden aportar en la constitución de ciudadanía estimulando la autonomía (social, política, económica y cultural) de los sujetos individuales y sociales para que estos puedan gestionar, construir y asumir su propio destino sobre la base del desarrollo y perfeccionamiento de sus condiciones de vida. Frente a la oferta de los medios, las personas construyen una *ciudadanía comunicativa*. A propósito, Claudia Villamayor y Ernesto Lamas (1998:224) plantean lo siguiente:

El ejercicio de ciudadanía es un proceso de aprendizaje al que contribuyen las diferentes instituciones presentes en la sociedad, entre ellas los medios de comunicación. Desde un medio de comunicación siempre se construye ciudadanía: se puede ayudar al fortalecimiento de una ciudadanía activa y participativa o se puede fomentar una ciudadanía pasiva vinculada únicamente con el consumo.

En esta línea, Villamayor y Lamas (p.223) reconocen que en la actualidad los medios juegan un papel prácticamente insustituible en la construcción y ejercicio de ciudadanía orientada a la consolidación de una sociedad democrática, ya que mediante el acceso⁶ y la participación en estos, las personas pueden ejercer ciudadanía al hacer uso de la libertad de expresión y acceder al espacio público, al mismo tiempo que controlar a las instituciones y ejercer presión sobre ellas.

En resumen, la *ciudadanía comunicacional* se establece en el vínculo entre la persona y los medios, como principales fuentes de información en la “nueva” sociedad. Por lo tanto, la ciudadanía es también el reconocimiento de esa integración, en la cual el ciudadano consume discursos informativos (noticias) y de opinión (opiniones y propagandas) que circulan en estos, a través de un “conjunto de procesos de apropiación y uso en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (García Canclini, 1992:12-13). Así, el ciudadano ejerce su Derecho Humano a la Información articulando procesos, complementarios o no, de formación de opinión y deliberación públicas, y participación y control sociales, en

⁶ Al respecto, Alfaro (1995:130) sostiene que hoy la ciudadanía se construye desde el ser público de los medios masivos de comunicación. Estos, amplía la autora (pp.130-131), “se han formado como nuevas instituciones culturales que definen lo público, constituyéndose en escenarios donde se construye el poder, donde se legitiman actores, personajes y temas”.

la configuración de esferas públicas democráticas, donde ellos son actores protagonistas en la definición y búsqueda de su propio desarrollo.

Esta concepción de la ciudadanía como relación comunicacional entre los medios y la ciudadanía, parte de dos dimensiones interdependientes, tal como lo sintetiza acertadamente Garretón (pp.106-107), y se muestra en la siguiente tabla:

TABLA I
Dimensiones de la ciudadanía comunicativa

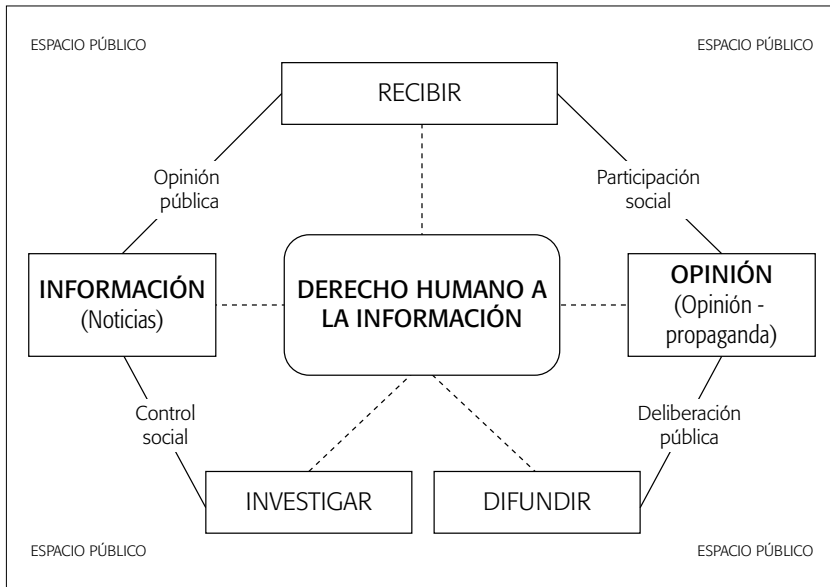
<p>Primera dimensión "También ejerzo mi ciudadanía a través de los medios"</p>	<p>Segunda dimensión "También aprendo a ser ciudadano en mi relación con los medios"</p>
<p>En los medios las personas expresan y ejercen su ciudadanía en diversos campos, por ejemplo, a través de diversas formas de control social del poder. Sin embargo, los medios también pueden sustituir de forma ilusoria la participación a la que no se tiene acceso realmente o se puede dar el caso que los medios intenten sustituir a otras instancias de participación (por ejemplo, partidos políticos).</p>	<p>Las personas definen y (re)configuran su ciudadanía en la relación que establecen con la oferta mediática (consumo cultural)*. Por ejemplo, la información que estos producen aumenta el poder ciudadano (control social). Asimismo, aquí se plantea un tema de fundamental importancia: el control ciudadano de los medios para la regulación democrática de estos.</p>

Fuente: Elaboración propia.

De ahí que la definición mínima de la noción de *ciudadanía comunicativa* plantee una dirección doble: de los medios hacia el ciudadano (oferta mediática) y del ciudadano hacia los medios (consumo cultural), donde aquel es una persona que ejerce íntegramente su derecho garantizado por el Estado no sólo a recibir, sino a investigar y difundir información y opinión por cualquier medio, y asume activamente sus responsabilidades en la gene-

* En palabras de García Canclini (1993: 34) el consumo cultural es "el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica." Por lo tanto, el estudio del consumo cultural aparece, así, como un "lugar estratégico para repensar el tipo de sociedad que deseamos, el lugar que tocará a cada sector, el papel del poder público como garante de que el interés público no sea despreciado. Conocer lo que ocurre en los consumos es interrogarse sobre la eficacia de las políticas, sobre el destino de lo que producimos entre todos, sobre las maneras y las proporciones en que participamos en la construcción social del sentido" (p.42).

ración y reproducción de procesos de formación de opinión y deliberación públicas, y participación y control sociales; y aquéllos demuestran, por su propia labor, que les reconocen como beneficiarios directos e interlocutores suyos, asumiendo su corresponsabilidad en la construcción de espacios públicos verdaderamente participativos, conducentes a la definición y ejecución de estrategias y acciones de desarrollo.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 1
Modelo teórico de formación y desarrollo
de la ciudadanía comunicativa

MODELO DE COMUNICACIÓN PARA LA CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA

Ante el debilitamiento y la crisis de las tradicionales instituciones políticas y otras instancias de representación pública que han dejado de cumplir su función mediadora, cada vez más los medios masivos de comunicación se han convertido en un lugar estratégico desde donde se median los discursos de los distintos actores sociales e institucionales de la sociedad. Muchas veces, esto ocasiona pugnas entre partidos políticos y medios por la legitimidad social.

Jesús Martín-Barbero (1998, p.xiv) sostiene que lo que está acaeciendo con la política es la “reconfiguración de las *mediaciones* en que se constituyen sus nuevos modos de interpelación de los sujetos y representación de los vínculos que cohesionan la sociedad”. De ahí que los medios no se limitan a vehicular las representaciones existentes ni tampoco a sustituirlas, sino que han pasado a hacer parte de la trama de los discursos y de la acción política, esto es, a “constituir una escena fundamental de la vida pública”.

Este papel mediador de los medios –entre los ciudadanos y el Estado o las instituciones/organizaciones– provoca, entre otras cosas, el acercamiento, la discusión y la búsqueda mancomunada de soluciones, el surgimiento de movimientos sociales, la definición de identidades culturales, sociales y políticas, la expresión amplia de actores diversos y plurales, institucionales e individuales de la sociedad civil.

Especialmente, los medios de comunicación popular se proclaman como una de las nuevas instancias de representación de las mayorías latinoamericanas (culturas populares). Las acciones comunicacionales y educativas de estos medios están encaminadas en el cambio hacia una sociedad más justa y digna para todos, por medio de la promoción de una cultura democrática asentada en la participación, el diálogo y la tolerancia. Una muestra de este trabajo lo constituyen la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER).

Sobre la base del análisis riguroso de estas experiencias,⁷ se plantea una matriz de intervención para aproximarse al rol de los medios masivos de comunicación en la gestación de ciudadanía desde los ámbitos comunicativos complementarios que despliegan en su práctica cotidiana.

La matriz que sintetiza este planteamiento (gráfico 2) se mueve sobre dos ejes: el *diacrónico*, entre el discurso (lógicas de producción) de los medios y las competencias de recepción de las audiencias (consumo), y el *sincrónico* o simultáneo, entre la oferta informativa noticiosa y la formación de opinión pública. A su vez, las relaciones entre estos se hallan mediadas por la participación de los oyentes en la producción, durante y fuera de la emisión de los programas. Estas prácticas cobran sentido cuando constituyen una

⁷ Véase Camacho, 2001.

identidad mediática que pretende, intencionada y planificadamente, la democratización de la comunicación mediante la reivindicación y el pleno ejercicio del derecho humano fundamental a la comunicación⁸.

Se entiende con Sean MacBride et ál. (1980:289) que esa democratización comprende una serie de estrategias encaminadas a que el individuo pase a ser un elemento activo (interlocutor) y no un simple objeto de la comunicación, aumentando su *participación*, lo que conducirá al incremento de la variedad de mensajes intercambiados y de representación social en los mismos. Al tener voz y representatividad públicas en los medios, las personas adquieren poder (empoderamiento), protagonismo y legitimidad social que facilitan la incorporación de sus temáticas-problemáticas en la *agenda pública* (lo que es común a todos en la construcción y transformación social), facilitando la *toma de decisiones y acciones colectivas* sobre las mismas.

Para acrecentar el grado y la calidad de la participación ciudadana en y desde los medios masivos –al estilo de grandes foros democráticos–, estos deben brindar una oferta informativa noticiosa de calidad⁹ para que los ciudadanos viertan opiniones argumentadas capaces de establecer diálogos y generar debates públicos para llegar a consensos sobre lo que es común a todos (asuntos públicos). Pero no basta brindar esa información, sino que también se debe procurar la educación para la recepción, en el sentido de ayudar a las personas a desarrollar sus propias capacidades y habilidades para apropiarse, usar y re-significar la información y, fundamentalmente, impulsar su capacidad crítica y argumentativa para formarse una opinión propia y sustentada y, de este modo, generar corrientes de opinión dominantes y promover acciones transformadoras. Estas corrientes son las que permiten la vigilancia y el control social por parte de receptores que se constituyen en interlocutores.

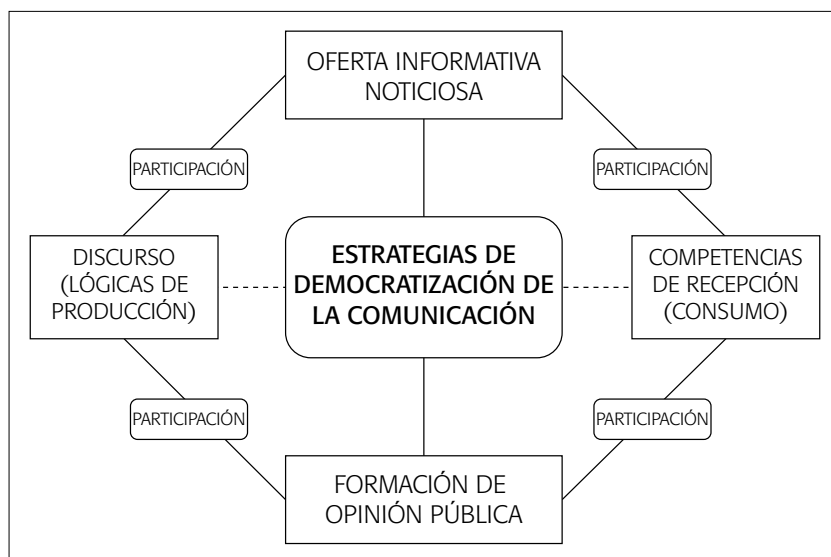
⁸ El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos expresa que “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

⁹ Sobre este tema consúltese Sandro Macassi Lavander, “Información para una ciudadanía responsable”, *La Pizarra – Revista del Comunicador Práctico*, N°.11, agosto de 1994, pp.12-15.

MacBride et ál. (1980:302) refuerzan lo que se acaba de mencionar al advertir que la democratización de la comunicación tiene otras múltiples connotaciones, entre las que destacan las siguientes:

- Suministro de medios más numerosos y más variados a un mayor número de personas.
- Acceso mayor del público a los medios de comunicación existentes.
- Intercambio de informaciones en un mayor plano de igualdad y reciprocidad (circulación de doble sentido).
- Información más abundante procedente de una pluralidad de fuentes, que permitan una mayor selección.

Todos estos aspectos llevarán a los individuos, siguiendo la reflexión de MacBride et. ál., a una mayor participación en la adopción de decisiones basadas en un conocimiento completo de unos hechos heteróclitos y de unos puntos de vista divergentes.



Fuente: Elaboración del autor.

Gráfico 2

Modelo de comunicación masiva para la construcción de ciudadanía

CONCLUSIONES PROVISIONALES

1. En la mayor parte de los países de Latinoamérica con escasa madurez democrática, la labor de construcción de ciudadanía –o de “ciudadanías” por su carácter multiétnico y pluricultural– es primordial para la consolidación de un régimen de libertad personal y justicia social, fundado en el respeto y el ejercicio pleno de los derechos, libertades y garantías reconocidas por la Carta Magna de cada país y por acuerdos internacionales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) y la Convención Americana sobre Derechos Humanos “Pacto de San José de Costa Rica” (1969).
2. En estos países se hace difícil la creación de las condiciones que permitan gozar del ejercicio pleno de estos derechos, libertades y garantías porque los individuos aún no han llegado a conocer, comprender, interpretar y, mucho menos, a asumir el Estado de derecho en el que ahora viven, y que les reconoce –por lo menos en el papel– plena libertad, equidad y justicia.
3. La violación sistemática de los Derechos Humanos y la completa anulación de las garantías constitucionales en los regímenes dictatoriales impidieron ejercer la ciudadanía y, en medio de un clima de temor y represión, plasmaron una conciencia de injusticia e inequidad que a los latinoamericanos les cuesta dejar atrás.
4. Gestar ciudadanía es, por lo tanto, asumir un compromiso social y político por la transformación gradual de esa situación en busca de una vida digna para todos. Es ejercer, mantener y estimular la conciencia cívica de que todos los seres humanos son libres e iguales ante la ley, y tienen que llevar a la práctica –de forma cabal y comprometida– los mismos derechos y obligaciones, sin distinciones de raza, sexo, nivel socioeconómico, creencia religiosa ni ninguna otra. Los derechos de cada persona están limitados únicamente por los derechos de los demás y por las justas exigencias del bien común.
5. Además, construir ciudadanía es favorecer la participación activa de la gente en la edificación y transformación de la sociedad en la que viven conforme a sus propias necesidades e intereses. Lo anterior implica la conducción a un entorno democrático favorable en el cual las personas, tanto individual como colectivamente, puedan ampliar y desarrollar sus capacidades humanas. De este modo, se amplían

- sus opciones y oportunidades para acceder a mejores condiciones de vida, donde ellos son los principales protagonistas y beneficiarios.
6. Sin lugar a dudas, se percibe que a principios de este siglo los medios de comunicación masiva, al igual que otras instituciones sociales, aportan a la construcción de una *ciudadanía comunicativa* –tal como la denomina Hermosilla (1995)– que puede ser activa y participativa o vinculada exclusivamente al consumo (Villamayor & Lamas, 1998). Uno de los aspectos que favorece en esta dirección es la participación que permiten los medios, lo cual facilita a las personas que puedan ejercer su libertad de expresión y acceder al espacio público que les fue negado en otras instancias (por ejemplo, partidos políticos).
 7. Hoy es imposible pensar en la formación de esa cultura política ciudadana al margen de los medios, más aún cuando se constata que ni las instituciones gubernamentales ni los partidos políticos han asumido esa obligación. En esta tarea de formación se encuentran, al igual que otros medios e instituciones, los medios educativos (“alternativos” en la década de los años setenta) porque desde su razón de ser asumen –junto, desde y a partir de los sectores populares– un compromiso por la democratización de la información, de la comunicación y de la sociedad.
 8. Fundamentalmente, el consumo cultural –en el sentido asignado por García Canclini (1993)– de la oferta mediática y, especialmente, de la información periodística (Gutiérrez, 1997; Macassi, 1994; Calderón et. ál., 1996) coadyuva en la constitución y ejercicio activo y responsable de la ciudadanía, porque permite que las personas asuman competencias políticas que contribuyen a la generación de esferas públicas, esto es, un conjunto específico de roles sociales a través de los cuales los ciudadanos se interesan sobre un hecho de interés público, forman un juicio al respecto y lo expresan (opinión pública), además de que toman decisiones, fiscalizan, demandan y ejecutan todas aquellas acciones que los lleven a defender intereses comunes (participación pública) en busca de consensos que influyan o determinen acciones hacia los sistemas de poder. De este modo, se participa en la toma de decisiones que afectan, de forma directa o indirecta, la propia vida y la de la comunidad.
 9. En este proceso de constitución de la *ciudadanía comunicativa* es nuclear la información periodística porque se basa en el principio de reducción de la incertidumbre o de la indeterminabilidad con tendencia a cero, introduciendo certidumbre objetiva, predictibilidad en

un ambiente de elección o evidencia que conlleva el fundamento del asentimiento. Esta certeza, convencimiento o seguridad se logra por medio del despliegue de las facultades del derecho a la información que influyen sobre la persona en alguna forma de conocimiento y modifica o transforma su comportamiento en un proceso de “maduración social”, donde desarrolla las virtualidades de la sociabilidad.

10. De ahí que Rivadeneira (1990) explica que poseer información “es igual a tener elementos de conocimiento para la adquisición de patrones de acomodación social, para la participación, acción y decisión dentro del grupo sociocultural.” Y, seguidamente, cuando el autor mencionado afirma que “El fenómeno de la marginalidad social es en gran medida un problema de información y formas de comunicación” (p.55), se está refiriendo precisamente a que el acceso no está regulado.
11. En la sociedad de principios de siglo –bautizada por algunos teóricos como “Sociedad de la Información”–, la información y el conocimiento se constituyen en fuentes primarias que coadyuvan a configurar y potenciar el desarrollo humano. Pero, fundamentalmente, la hegemonía de la economía de mercado a nivel global se fortalece a través del manejo de una información de calidad sobre las “reglas del juego” que permita generar confianza en el sistema y que sostenga la transparencia corporativa e informativa. Compartir información es ceder poder, es reconocer la posibilidad democrática de que el “otro” pueda desarrollar libremente su propia cultura política sobre la base de la generación de conocimiento que le permita opinar, participar, deliberar y controlar, en suma, ejercer y formar su ciudadanía de una manera activa y responsable.
12. Otros temas necesarios y urgentes para ser investigados en el marco que se ha venido planteando son:
 - a. La responsabilidad social de los medios y los periodistas en brindar una información de calidad y formar una ciudadanía activa y responsable.
 - b. La educación ciudadana que ponga los cimientos de una cultura ciudadana no puede estar desligada del análisis de los valores morales cívicos nucleares para la ciudadanía: libertad, igualdad, tolerancia, solidaridad, respeto y diálogo. Asimismo, la formación de un pensamiento sistemático y crítico.

- c. La conformación de una cultura ciudadana puede ser muy bien trabajada desde la educación para la recepción, creando espacios de reflexión donde se proporcione a las personas herramientas para reapropiarse de los mensajes y formar un pensamiento responsable y fundamentado.
- d. Precisamente, el estudio de la información como un derecho fundamental que coadyuva en la formación y ejercicio activo y responsable de la ciudadanía en el marco del desarrollo humano, es un tema central para el análisis. La investigación puede centrarse en la información noticiosa (bajo el tratamiento del género periodístico en sus respectivos subgéneros: periodismo informativo, investigativo, interpretativo y de opinión), sobre hechos de interés de asuntos públicos, que circula por los medios masivos de comunicación: prensa, radio y televisión, y por su importancia actual, la Internet.

RECOMENDACIONES PARA EL TRABAJO MASIVO

A partir de una serie de trabajos de investigación realizados por el autor, se plantean una serie de recomendaciones para los medios masivos de comunicación interesados y comprometidos con la construcción de ciudadanía:

1. Abordar la actualidad informativa local estableciendo “puentes” de relación y articulación con el panorama informativo regional, nacional e internacional. Estos “puentes” permitirán a los interlocutores relacionar y comparar hechos de interés público para establecer líneas de acción, teniendo en cuenta otras realidades que pueden brindar parámetros para tomar decisiones en su vida cotidiana. En definitiva, los medios deben tomar conciencia de su capacidad potencial de incidencia en la agenda pública y su importancia fundamental en la generación de procesos de desarrollo local desde el ámbito comunicativo. Esto es posible cuando se empieza a reflexionar en la posibilidad de plasmar desde la información una cultura política democrática y ciudadana que tenga posibilidad de influencia en los centros de poder.
2. Este enfoque de *comunicación ciudadana* responde a la necesidad de planificar y evaluar el trabajo periodístico sistemáticamente. Para ello, es fundamental el diseño periódico de una agenda informativa

—sobre la base de una política más amplia— que responda en primera instancia al panorama informativo local, pero que de la misma manera tome en cuenta aspectos regionales, nacionales e internacionales. Si bien las noticias de interés colectivo son el fundamento en la construcción de estas agendas, también se deben tomar en cuenta las noticias de interés sobre asuntos privados, de utilidad para la vida diaria y las de interés reducido a las que los oyentes les asignan diversas utilidades. Sin embargo, recuérdese que las de interés público son aquéllas que necesariamente requieren orientación y seguimiento —y la mayoría de las veces la opinión editorial del medio de comunicación para impulsar o refutar diversas corrientes— ya que inician procesos de formación de opinión pública. Por otro lado, la incidencia en la opinión pública se verá fortalecida por las relaciones interinstitucionales que se promuevan permanentemente en la cobertura de las noticias, ya que de este modo la radio podrá “validar” su labor desde las instancias organizadas de la sociedad civil.

3. Respecto a la evaluación de la labor periodística se sugiere involucrar activamente a la audiencia por medio del uso de técnicas de investigación cuantitativas (por ejemplo, la encuesta) y cualitativas (como los grupos focales). De la misma manera, no se puede dejar de lado el acercamiento a los emisores/productores para pensar y re-diseñar conjuntamente la programación de acuerdo con los resultados del estudio de las audiencias, al mismo tiempo de pretender su permanente capacitación y profesionalización.
4. Inclusive, la participación de los interlocutores —concebida como un “puente articulador” que facilita la democratización de la comunicación— en la producción, durante y fuera de la emisión, debe ser planificada y evaluada basándose en objetivos concretos que respondan a las expectativas de la población y a la misión del medio de comunicación en la sociedad. De este modo, los medios masivos se van constituyendo en verdaderos espacios públicos donde se construyen consensos sociales, se influye en las decisiones colectivas en torno a causas justas y nobles, donde se edifica lo público (algo común que me liga a los otros) con y desde los ciudadanos.
5. Diversificar la oferta comunicativa a través del uso de diversos géneros, formatos y recursos, especialmente del subgénero periodístico interpretativo e investigativo, con una mayor utilización de los formatos de discusión pública (mesa redonda, debate, panel), reportajes, entrevistas de fondo, notas ampliadas o contextualizadas, docu-

- mentadas e ilustradas y otros. En la línea de José Ignacio López Vigil (1997:249-250) cuando menciona que para ampliar una noticia –en el campo del periodismo interpretativo– se debe situar geográfica o históricamente los hechos, relacionar un hecho con otros, revelar otras causas, complementar la información y prever las consecuencias de los hechos. Así, el emisor-intérprete está dando elementos de juicio para que el oyente saque sus propias conclusiones.
6. Finalmente, resaltar la importancia de la investigación científica y social en todos estos procesos, ya que es crucial en la medida que permite conocer a los públicos en sus múltiples dimensiones de consumo de los discursos mediáticos, pero también en sus expectativas sobre los medios de comunicación que requieren para fortalecer el ejercicio cotidiano de su ciudadanía. Mucho queda por hacer para acercarse a la cotidianidad de esas personas a las que se llaman “audiencias” y que, muchas veces, sólo se las concibe con parámetros estadísticos, sin pensar que detrás de cada una de ellas hay un mundo lleno de esperanzas y sentidos que aprender.

FUENTES CONSULTADAS

- Alfaro, R. M. (1995). “Descifrando paradojas ciudadanas: una mirada cultural a la política”, en AA.VV., *Los medios, nuevas plazas para la democracia*. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.
- Benvenuto Lima, J. (2001). *Los derechos humanos, económicos, sociales y culturales*. La Paz: PIDHDD.
- Calderón, F. Hopenhayn, M. & Ottone, E. (1996). *Esa esquiva modernidad. Desarrollo, ciudadanía y cultura en América Latina y el Caribe*. Caracas: UNESCO, Nueva Sociedad.
- Calderón, F. & Lechner, N. (1998). *Más allá del Estado, más allá del mercado: la democracia*. La Paz: Plural Editores/CID.
- Camacho Azurduy, C. A. (2001). *Las radios populares en la construcción de ciudadanía. Enseñanzas de la experiencia de ERBOL en Bolivia*. La Paz: UASB. Disponible en www.geocities.com/carcam2000
- Cortina, A. (1997). *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*, Madrid: Alianza.
- García Canclini, N. (1992). “Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores”, *Diálogos de la Comunicación*, 32, Lima: FELAFACS, pp. 8-15.

- Garretón, M. A. (1995). "Democracia, ciudadanía y medios de comunicación. Un marco general", en AA.VV., *Los medios, nuevas plazas para la democracia*. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 97-108.
- Hermosilla, M. E. (1995). "La educación que viene de los medios: el aporte de los estudios de recepción", en AA.VV., *Los medios, nuevas plazas para la democracia*. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 179-186.
- López Jiménez, S. (1997). *Ciudadanos reales e imaginarios. Concepciones, desarrollo y mapas de la ciudadanía en el Perú*. Lima: IDS.
- López Vigil, J. I. (1997). *Manual urgente para sradialistas apasionados*. Quito: AMARC.
- MacBride, S. et ál. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Martín-Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (5ª ed.), Bogotá: Convenio Andrés Bello, pp.351.
- PNUD (2000). *Informe de Desarrollo Humano en Bolivia 2000*. La Paz: PNUD.
- PNUD (2002). *Informe de Desarrollo Humano en Bolivia 2002*. La Paz: PNUD.
- Vandenbulcke, H. (1999). "La radio popular en la educación ciudadana. La experiencia de la red de UDECA", conferencia magistral presentada en la Asamblea General de ERBOL, Cochabamba.
- Villamayor, C. & Lamas, E. (1998). *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. Quito: AMARC, Fundación Friedrich Ebert Stiftung.

Televisión y minorías

Modelos para la construcción de una participación democrática en México

Barbara Origlio¹



RESUMEN

Este trabajo analiza los modelos de relación entre televisión y minorías en los ámbitos de la producción, representación y recepción, en el horizonte de la democratización de México. Se evidencian las limitaciones actuales y se propone que la construcción de una sociedad incluyente y democrática exige una televisión plural en la cual las minorías participen como emisores de mensajes, sean justamente representadas en los contenidos y puedan dialogar con los mensajes críticamente y en espacios públicos. La televisión de servicio público es un modelo viable de medio incluyente que fomenta participación.

Palabras clave: Minorías, democracia, televisión pública.

INTRODUCCIÓN

La compleja ecuación que liga los medios de comunicación de masas, las minorías y la democracia en América Latina convoca a investigadores, políticos, comunicadores y sociedad civil a debatir sobre nuevos modelos de televisión pública que asuma la responsabilidad de agente de cambio democrático promotor de inclusión y educador de ciudadanos. Las preguntas fundamentales que informan e inspiran el presente trabajo son entonces las siguientes: ¿De qué manera los medios de comunicación de masas, y en específico la televisión,

¹ Universidad Nacional Autónoma de México. barbaraoriglio@yahoo.it

operan como agentes de democratización? ¿Cuál es la naturaleza y cuáles son las formas de articulación de la relación entre medios de comunicación y minorías en el marco de un proyecto de democratización del país?

Partiendo de la premisa de que el concepto de minoría se define coyunturalmente en el cruce de instancias históricas, geográficas y culturales, vamos a reconstruir una propuesta de reflexión teórica alrededor de la relación entre la televisión y los sujetos minorizados (sean ellos grupos o individuos, minorizados por factores étnicos, políticos, de preferencia sexual o de otra naturaleza) en el horizonte de un proceso de democratización. Esta relación se articula alrededor de los tres ejes que constituyen la presencia del medio en el seno de lo social: 1) la producción, o sea la presencia de minorías *detrás* de la pantalla, como productores o emisores de mensajes; 2) los contenidos, es decir, las representaciones y las omisiones *en* la pantalla; 3) la audiencia, es decir, cómo se interpela a una audiencia de “minorías” como receptores y consumidores de productos televisivos, en el marco de una visión dialógica de la relación espectador-medios audiovisuales.

En el primer ámbito, el de la producción, se observa que la participación de las minorías en el discurso público de la televisión hoy en día es muy reducida. Las formas actuales más comunes son los formatos del *narrowcasting* o de los medios comunitarios de alcance particular; sin embargo, en este texto se destaca la necesidad de que dicha participación se materialice también y sobre todo en la televisión nacional *mainstream*, para que las voces de las minorías puedan contribuir a la construcción de un discurso plural que impacte en las representaciones de la idea de democracia que se tiene en el país.

Con respecto a la presencia de las minorías en la pantalla chica, se enfatiza cómo en México persiste un sistema de control de los contenidos mediáticos que, por un lado, refuerza representaciones estereotipadas o alineadas a un discurso de los grupos de poder sobre las minorías y, por otro lado, llega hasta la no-representación. En cuanto a la relación de las minorías como audiencias de la televisión abierta mexicana, se recupera el concepto de “conversación audiovisual” para afirmar como la *illiteracy* mediática minimiza las posibilidades de negociaciones de mensajes por gran parte de los miembros de minorías (étnicas o socio-económica); en el caso de las minorías intelectuales o políticas, se nota que aun cuando tengan herramientas discursivas para rebatir a los mensajes de la televisión de forma original, la falta de espacios mediáticos de expresión de estas visiones alternativas de

hecho no permite que esos tengan impacto en la esfera pública constituida por los medios.

La propuesta para que la televisión opere como formador de ciudadanos y, al mismo tiempo, como promotor de espacios de actuación de democracia se centra entonces, a la luz de cuanto se habrá expuesto en los primeros apartados, en la idea de *televisión de servicio público*, deslindada de las lógicas de mercado para su gestión y responsable de asumir la tarea de proponerse como espacio privilegiado desde el cual construir un proyecto de sociedad democrático en las prácticas tanto a nivel discursivo como de representaciones.

Emprendemos a continuación el camino argumentativo que nos permitirá fundamentar las razones de una propuesta de televisión pública que, recuperando las aportaciones de los estudios mediáticos occidentales, aspira a enriquecer el debate sobre democracia y medios en América Latina.

MINORÍAS Y PARTICIPACIÓN

Si bien el debate con respeto a qué es democracia puede ser en sí objeto, y de hecho lo ha sido, de contestaciones y revisiones, un punto de partida sustancial e innegable es el reconocimiento de la centralidad, más allá del derecho al voto y la expresión del mismo, de la *participación* y la inclusión de todos los ciudadanos en los procesos que se llevan a cabo en la esfera pública y que contribuyen a la construcción de opinión pública que pueda influir en la toma de decisiones de quien gobierna el país; la democracia, sin lugar a dudas, exige y reclama que se generen y se mantengan las condiciones para que los diferentes sectores que conforman la ciudadanía puedan *participar*. Y, forzosamente, al hablar de inclusión, se impone la urgencia de explorar las condiciones de participación de esos sectores de la población normalmente marginalizados, que por lo general se definen como ‘minorías’: *sujetos marginalizados* porque son étnicamente diferentes, por preferencias sexuales, por origen nacional, por religión o ideas políticas. Grupos e individuos extremadamente heterogéneos, y al mismo tiempo acunados por la misma condición de subalternidad con respecto a una *mayoría simbólica* que se construye a sí misma como hegemónica a partir de la detención del poder político, económico y discursivo.

LAS MINORÍAS DETRÁS DE LA PANTALLA

Como ya hemos mencionado, la situación de los medios de comunicación masivos en relación con la diversidad cultural puede resultar extremadamente esclarecedora acerca de la manera en la cual una sociedad se percibe a sí misma y se quiere estructurar. O, como sostienen algunos autores, cómo las *élites* que detentan el poder la quieren estructurar; según Noam Chomsky (1994), el medio funge principalmente como instrumento para la fabricación de consenso alrededor del cual que se ponen como prioridades en la agenda de estas élites de poder, tanto a nivel nacional como a nivel global, y desempeñan así un papel de mantenimiento del orden pre-establecido que le conviene a quienes ejercen el poder político y económico. Estas *élites*, por definición numéricamente inferiores al resto de la población, son en realidad una *mayoría simbólica*, ya que gracias a su utilización instrumental del medio masivo como, por ejemplo, la televisión, un pequeño grupo que monopoliza el acceso a la producción tiene la posibilidad de construir un discurso sobre la realidad que va a impactar la realidad misma al momento de ser propuesto a nivel masivo y de ser incorporado por parte de las audiencias en su sentir común. La pregunta entonces es: ¿cuál es y cuál debería ser el espacio de las minorías en la producción de los medios?

Para garantizar el pluralismo y la posibilidad de expresión de todos los sectores de la sociedad es evidente que habría que asegurar espacios para que todas las voces pudieran emitir su propio discurso. Esto implica que, en una situación ideal, las 'minorías', o sea las voces marginales y/o disonantes con las hegemónicas, deberían tener la posibilidad de trabajar en los medios como productores de mensajes. Sin embargo, como reconoce Evans (2002), los grupos minoritarios en los sectores productivos de la industria mediática no se configuran como una presencia monolítica, ya que en su interior representan las mismas dinámicas dialécticas de negociación identitaria y ejercicio del poder que se dan también en otros niveles de la vida social. Esto significa que el simple hecho de permitir la presencia de algún miembro perteneciente a una 'minoría' detrás de las pantallas no garantiza que se represente de manera justa la causa de la minoría misma: no por el simple hecho de ser indígena, un individuo va a tener que eruirse a representante y/o vocero de la causa indígena en los medios masivos; y por ende, que un indígena esté trabajando en los medios masivos *mainstream* no garantiza que los indígenas sean representados en los medios, ya que la libertad del individuo se impone por encima de sus 'deberes' frente a la colectividad de la cual es parte.

De esta forma, retomando los dos enfoques planteados por Ghai (1991), la propuesta integracionista al problema de acceso de las minorías a la producción de mensajes mediáticos no soluciona la cuestión de una real construcción de espacios en los cuales las minorías estén presentes de manera libre y autónoma; y, por otro lado, la inclusión de miembros de minorías entre las filas de los trabajadores en los medios no implica automáticamente la posibilidad (¡pero tampoco la voluntad del trabajador mismo!) de expresar opiniones contrastantes con un discurso hegemónico en el cual puede no reconocerse su comunidad de origen. Sin embargo, por lo menos representa un primer paso hacia la apertura del control de un medio tan poderoso a ciudadanos que no necesariamente hoy en día forman parte de él ni como trabajadores, mucho menos como dueños.

La cuestión de la propiedad de los medios de hecho es aún más complicada. El caso de los productores Inuit de videos en Canadá ejemplifica cómo la lucha por la afirmación de la detención de una cierta autoridad de palabra entre dos grupos de indígenas Inuit propietarios de los medios se juega bajo las mismas reglas que rigen el juego de poder entre *elites* y minorías a nivel nacional, que se obstaculizan mutuamente y caen en los mismos mecanismos de afirmación de una voz por encima de otras, aun cuando se esté luchando por la misma causa de manera abierta (Evans, 2002). En México, la posibilidad de controlar una frecuencia por parte de grupos de minoría parece aun más remota, ya que en un sistema de competencia de mercado, las razones económicas se imponen por encima de cualquier discurso político que fomente la igualdad social y la democracia: quien no tiene recursos para financiar un proyecto en los medios, simplemente no puede estar ahí. Y esto sin duda excluye *a priori* un vasto sector de la ciudadanía del ejercicio de la expresión de opinión a través de los medios masivos. La presencia de medios cuya producción está en mano de ‘representantes’ de grupos de minorías no es la sola y exhaustiva respuesta a las exigencias de pluralismo y de participación democrática de la ciudadanía en los procesos de comunicación mediática masiva.

Diferente es el caso de los medios comunitarios, sobre todo las frecuencias de radio, que de entrada se constituyen a sí mismos como espacios creados por y para una comunidad específica, reivindicando la pluralidad de expresión en el marco de lo que se define como *narrowcasting*, o sea de programación específicamente dirigida a un nicho de audiencia supuestamente homogéneo, como lo puede ser, por ejemplo, una comunidad indígena específica. La Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, por ejemplo, celebra

el multiplicarse de iniciativas de expresión gestionada por grupos de defensa de los derechos humanos, organizaciones productivas y otras asociaciones y, al hablar de los espacios ofertos por la Red EduSat, subraya que esta oportunidad, “de ser utilizada por las comunidades representa una herramienta para disminuir el aislamiento de las comunidades, profundizar el uso y desarrollo de las lenguas indígenas y abrir paso a las producciones de los grupos comunitarios, intelectuales y creadores indígenas.” (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, México, 2007).

Si bien es irrefutable que la ocupación de estos espacios coadyuven en la construcción de una sociedad más democrática y más plural en sus expresiones, por otro lado, al generarse un microsistema mediático autoreferencial y autodirigido, se corre el riesgo de magnificar la situación de marginalización, reflejada en la presencia de medios y productos mediáticos específicos por y para actores parte de grupos minoritarios, que siguen sin ser parte del discurso sobre la nación mexicana en los medios nacionales.

Aun sin estar presentes como dueños de espacios mediáticos o como productores de mensajes, según Craig Calhoun, las minorías tienen otras formas de influencia y participación a través de la actuación de “estrategias mediáticas democráticas alternativas” (Calhoun, 1992: 33) basadas en la capacidad de ciertos grupos de la sociedad civil de ejercer presiones sobre los medios masivos, por un lado, y de generar esferas públicas alternativas en las cuales se promuevan debates que se sumen y contrasten los dominantes (1992: 37). Se trata de una postura seguramente muy optimista y fiada en las potencialidades de la acción civil de contrastar la fuerza de los grandes poderes, en este caso de la televisión de masas. Sin embargo, ¿cómo puede competir una esfera pública alternativa (y, por lo tanto, casi siempre mediáticamente invisible o mal representada) con una esfera pública monopolizada capaz de llegar con sus discursos a la mayoría de la población, que no necesariamente adopta una postura crítica frente a lo que se le está proponiendo? Son muy conocidos en México varios mecanismos de *silenciación* de esferas públicas alternativas con finalidades evidentemente políticas: baste recordar la cobertura periodística de la huelga en la UNAM hace casi una década, o la cobertura parcial de los “plantones” en Reforma después de las elecciones presidenciales del 2006. Independientemente de cuáles fueron las verdades detrás de lo que pasó, es indiscutible que lo que los medios propusieron fue sólo una de las voces de los involucrados, una visión unilateral que seguramente no fue expresión de un sistema de comunicación democrático.

La televisión abierta en México parece no estar cumpliendo en pleno con su función de *esfera pública* (Habermas, 1989), porque no siempre se encarga de facilitar la discusión abierta sobre temas de interés público. Si la esfera pública son las prácticas de construcción de consenso alrededor de cuestiones del bien público (Jacobs, 1999: 358), entonces, la televisión no necesariamente aspira a ser un espacio público *a priori*, ya que por la enorme diversidad de programas y contenidos, etc., no siempre se ocupa de temas públicos. Sin embargo, la televisión ES un espacio público en sí, en el sentido de que es uno de los actores de este debate público, y es un actor de voz hegemónica y predominante, muy seguido fonológicamente, capaz de apropiarse y ocupar grandes porciones del espacio de la *esfera pública*. Al ser un medio 'público', o sea accesible a todo mundo, presente, un interlocutor para el ciudadano, para el individuo y la comunidad, tanto en temas personales como en temas públicos, se convierte en un actor social que ocupa un espacio predominante y establece un tipo de comunicación unidireccional en muchos sentidos que, de alguna forma, tiene la pretensión de ser un espacio de debate pero no lo es. Estamos todavía lejos de una televisión como *locus* de una pluralidad de esferas públicas interconectadas y en constante diálogo entre sí, que constituirían seguramente un paso más hacia una democratización del país, y que sólo se puede dar otorgándoles el derecho de palabra a todas esas minorías que, como hemos visto, justamente por su exclusión del universo mediático a nivel de su producción, son todas las voces que no pueden expresarse, sean de grupos étnicos minoritarios, o simplemente de grupos políticos no alineados con los discursos dominantes: son entonces minorías puestas en silencio, minorizadas, construidas y mantenidas como subalternas en un paisaje mediático controlado por los grandes intereses del capital de unos pocos.

LAS MINORÍAS EN LA TELEVISIÓN

Actualmente resulta más que nunca difícil sostener la visión de este medio como un 'espejo' de la sociedad: la cuestión del control y de la propiedad de las emisoras, junto con la misma naturaleza semiótica del medio, nos remiten a la dimensión estructurada de la televisión como resultado de una lógica ordenadora de la realidad que pone en evidencia políticas, valores y agendas que corresponden a una visión del mundo específica, bien lejos de ser una visión neutral e ingenuamente verdadera de la realidad. El poder representativo y constructivo a nivel social de la televisión funciona según dos vertientes que se intersecan: 1. En primer lugar, proporciona una serie

de *contenidos compartidos* que llegan a constituir una base común de conocimientos e informaciones, un *common stock of knowledge* (Jacobs, 1999:360), a los cuales los televidentes-ciudadanos recurren para entablar sus conversaciones y para llevar a cabo algunos de sus procesos de socialización³; 2. en segundo lugar, la televisión, como instrumento de representación de la realidad, juega un papel importante en la generación de *imágenes comunes* de lo que es la nación y la vida pública y privada de un país.

En el primer caso, el tipo de información proporcionada por los medios contribuye a facilitar u obstaculizar los procesos de formación de conciencia crítica y capacidad de debate político en la población, que son la base para el fortalecimiento de la democracia en un país, y que a partir de ellos se puede generar una forma de participación ciudadana más informada y más activa. Los programas de información son las principales fuentes de este tipo de conocimiento (Calhoun, 1991; Scannell, 1989); sin embargo, es significativa la excesiva espectacularización de los mismos programas informativos⁴, así como la emergencia de géneros televisivos híbridos en los cuales la ficción de funda con la información y constituyen un peligroso cóctel que, en lugar de promover un debate informado, contribuye a la trivialización del debate público y la ‘ficcionalización’ de la realidad que tiene inevitables efectos negativos sobre la calidad de participación de los ciudadanos en la vida pública. El caso emblemático del programa de sátira de Televisa, “El privilegio de mandar”⁵, en el cual se presentaban a los candidatos presidenciales

³ Un estudio realizado entre los miembros de cuatro comunidades de minoría étnica (egipcios, ecuatorianos, filipinos, chinos) en Milán, Italia, a finales de los años noventa muestra cómo el contenido de los medios era utilizado como conocimiento compartido que le permitía al migrante una interacción más “normalizada” con los italianos y con los otros miembros de su comunidad, a partir de la demostración de saber penetrar el universo simbólico producido por los medios *mainstream*. Hablar de programas, así como estar al tanto de lo que pasaba en el país gracias a los noticieros locales y nacionales constituía un importante recurso en las dinámicas de socialización (Aroldi, Giaccardi, Presutti & Scifo, 1998)

⁴ Se piense, por ejemplo, en los noticieros de corte amarillista y sensacionalista que recurren a amplias estrategias importada de los géneros de la ficción y del cine, para cautivar más la atención del televidente.

⁵ Este programa se empezó a transmitir a finales de 2004 dentro del contenedor “La Parodia”; sin embargo, su popularidad hizo que los directivos de producción le destinaran un espacio exclusivo (los lunes a las 10 de la noche). A finales de 2005 los contenidos de la sátira fueron moldeándose cada vez más a los temas referentes a los candidatos presidenciales, hasta que se convirtió en sátira ligada a la contienda electoral. No casualmente el último programa se transmitió la semana después de las elecciones, como culminación de un ciclo evidentemente ligado a la campaña presidencial.

ironizando a partir de hechos aparecidos en las noticias, nos da el pulso de la magnitud del impacto de los contenidos de ficción en la formación de opinión pública de la audiencia: al ser considerado un programa ‘informativo’ por el 73% de los entrevistados en una encuesta sobre el programa, se hace manifiesto el problema de los riesgos de manipulación de la realidad que se puede generar con un tratamiento en apariencia inocente de un contenido de suma importancia para la vida política del país (como las propuestas y los perfiles de los candidatos presidenciales) (Origlio, 2007).

El segundo ámbito de influencia de la televisión en la construcción de la democracia está ligado, como anticipamos, a los imaginarios colectivos que es capaz de crear y de proponer a una audiencia nacional. La capacidad representativa de la televisión repercute de manera aún más directa en la condición de las minorías en un país, contribuyendo a la construcción de una idea de nación en la cual se le asigna a cada actor social lugares específicos en el mundo mediático, suponiendo su equivalencia al mundo real. Como remarca Stuart Hall, las culturas nacionales son *de facto* “sistemas de representación que producen ‘la nación’ como un conjunto de significados y construyen nuestra identificación con ella” (1993: 32). De esta forma, entonces, cuando el panorama mediático no es expresión de una pluralidad sino más bien de monopolios, como en el caso de México, la televisión tiene la capacidad de crear y al mismo tiempo reforzar imágenes colectivas de grupos sociales que son funcionales al discurso hegemónico manipulado por los productores de los medios, que a su vez son parte de o responden directamente a las *elites* de poder del país y operan para el mantenimiento del *establishment* (Dal Lago, 1999)⁶. La representación de una sola voz excluye *a priori* las minorías que no tienen posibilidad de expresarse en sus propias palabras (Spivak, 1988): ‘ser hablados’ por los otros siempre representa la cesión del poder de auto-representación que garantizaría una mayor democracia, por lo menos en términos de posibilidades de afirmación de su propia existencia en sus propios criterios de un grupo minoritario.

El modelo de multiculturalismo propuesto por la televisión comercial mexicana parece promover un tipo de multiculturalismo que podríamos definir *consensual*, o sea donde la participación de las minorías solo se instrumentaliza para avalar el discurso hegemónico de la mayoría (Origlio,

⁶ El sociólogo Dal Lago habla de verdaderas tautologías a través de las cuales los grupos minoritarios, en su caso los migrantes a Italia, son construidos a partir de la visión unilateral de quien quiere proteger y mantener un *status quo* que le conviene, o sea los que tienen el poder.

2001). La pertenencia o menos a la 'minoría', así, no sigue necesariamente las reglas de un proceso de *autodefinición* —cuando el mismo grupo minoritario se percibe y se proyecta a sí mismo como minoría, identificando las características que definen la pertenencia o menos a su grupo de identificación—, pero paradójicamente tampoco el de *hetero-definición*—, es decir, cuando son los miembros no perteneciente a un determinado grupo que identifican sus fronteras; este es el proceso clásico de la definición de las minorías en contextos coloniales o de opresión (Cesareo, 2000). La televisión comercial mexicana propone un esquema de representación que se apoya solo aparentemente en procesos de hetero-definición, consecuencia directa del sistema de propiedad de la producción de mensajes en los medios, donde la minoría, cuando aparece, es vista a través de los ojos de esta *mayoría simbólica* que representa el poder y que construye al 'Otro' como subalterno, subordinado, diferente, estereotipado, o simplemente como ausente. De la misma forma, esta mayoría opera la construcción discursiva de las '*minorías de opinión*', o sea de los que proponen una visión política que no está de acuerdo con la que sostienen los dueños de las emisoras, por ejemplo en las noticias. Otro género televisivo que ha sido tradicionalmente arena de disputas identitarias y de reivindicación es la telenovela, sobre todo en América Latina y típicamente en México: la caricaturización de los personajes miembros de una minoría (sobre todo étnica, pero también socio-cultural) opera como amplificador de un racismo latente que de facto resulta en una marginalización mayor de los sujetos que se perciben como son representados, o sea excluidos, marginados, silentes.

Sin embargo, en realidad, el fenómeno paradójicamente más macroscópico, más contundente aun de las 'mis-representaciones', es el de la *no-representación*, es decir, la casi ausencia de las 'minorías' en la pantalla. Debido a la evidente eliminación, casi total, de imágenes 'otras' de la sociedad mexicana en la televisión comercial, y en papeles distintos a los clásicos asignados por dicha sociedad⁷, parece que el proceso de construcción identitaria de una nación multicultural como México, por lo menos en los medios, pase más bien por un proceso de *no-definición*, que postula la ausencia de la vida pública de toda una porción de la población, junto con sus problemáticas, sus necesidades, sus riquezas, sus límites y sus virtudes: la ausencia de los

⁷ No hemos visto hasta el momento, por ejemplo, un *anchorman* de noticiero en la hora pico que sea de origen indígena; y tampoco hay un solo programa que se transmita en una lengua que no sea el español o el inglés con subtítulos al español, a pesar de la gran variedad de lenguas habladas en todo el país.

sujetos marginalizados múltiples, diversos, heterogéneos, y sin embargo que habitan los mismos espacios liminales de la televisión mexicana y de la realidad que la televisión quiere representar, y que llega a reunir a minorías étnicas, sexuales, políticas, económicas, etc.

Esta condición de ‘ser hablado’ por un enunciador externo, la imposición de un silencio del Otro, amplifica el silencio de las minorías en el debate público, así como paralelamente refuerza su ausencia en la vida pública del país, generando un proceso en espiral que Elizabeth Neumann define como “la tendencia de unos a hablar y de otros a callar, [...] que progresivamente establece un punto de vista como el que logra dominar” (Neumann, 1974: 44). La investigadora sigue afirmando que los medios crean opinión pública “ya que proporcionan la presión ambiental a la cual las personas responden con aceptación pasiva o con el silencio” (p.51). ¿Si algo no existe en los medios, entonces tampoco existe en la realidad? Evidentemente la respuesta a esta pregunta debería de ser no, ya que no se pueden borrar a los ‘invisibles’ de la realidad; sin embargo, a más de treinta años de la formulación de esa teoría, parece que en México el panorama televisivo todavía presente rasgos de ese sistema que empuja inexorablemente al silencio de las voces discordantes con la versión oficial propuesta en los medios, así como empuja hacia una mayor invisibilidad a los que ya están sub-representados, con evidentes efectos también a nivel de la auto-percepción de estos grupos minoritarios. En sus extremas consecuencias, el hecho de no verse representados, y mucho menos de tener voz, puede resultar en una percepción distorsionada de su propia realidad por parte de los que definimos *grupos minorizados*, que *de facto* limita su posibilidad de organizarse políticamente y socialmente para contrastar esa imagen mediática de ellos y recuperar una capacidad de agencia en su entorno más efectiva. Probablemente una re-elaboración de los equilibrio entre la sobre-exposición de ciertos temas de la agenda social, como por ejemplo la inseguridad, y la sub-exposición de otras temáticas ligadas a la educación política de la población (como la ausencia de las minorías) podría mover en dirección de una mayor participación ciudadana.

LAS MINORÍAS FRENTE A LA TELEVISIÓN

El último ámbito de interacción entre medios y minorías en el horizonte de la democracia, finalmente, es el de la recepción. En la literatura de corte semiótico sobre la relación entre audiencia y textos mediáticos recurre el concepto de *conversación audiovisual*, a saber un proceso de interacción en

el cual se le reconoce al receptor la posibilidad y la capacidad de entrar en una relación crítica con lo propuesto en la pantalla, y de negociar sus significados en el proceso de interpretación de los mismos. Postular una conversación arraigada en los principios democráticos, o sea una conversación audiovisual entre 'pares', supone la posesión de herramientas conceptuales adecuadas y un entrenamiento de la audiencia en hábitos interpretativos críticos. Como observa Gianfranco Bettetini,

en la fase de lectura [...] el espectador se predispone a la recepción, pasiva o activamente, del saber que de manera intencional le transmite el enunciador. Se entiende entonces como el acceso a una dimensión de autonomía y de igualdad comunicativa que implique, en el caso de los audiovisuales, un nivel de competencia muy elevado por parte del destinatario (1994: 124).

El semiólogo italiano enfatiza cómo la peor producción televisiva se apoya en la *illiteracy* del espectador televisivo, o sea en su limitada capacidad de interactuar con el texto y de cuestionarlo, ya que "cuanto más 'iliterato' es el espectador, más será obligado a conversar con el texto como el texto mismo quiere" (Bettini, 1994:127), es decir, según la voluntad conversacional de su emisor; el texto, finalmente, se hace portador de un mensaje que, debido a la desigualdad en la *competencia* conversacional entre el emisor y el receptor, toma una dimensión unidireccional, como ya decíamos al principio. En lugar de un diálogo entre emisor y receptor a través del texto, se generan dinámicas completamente asimétricas en las que no hay ni posibilidad ni espacio para una respuesta alternativa que no sea la que el emisor se espera y quiere producir. La ausencia de una formación crítica de la audiencia media mexicana *vis-á-vis*, los discursos y las formas imperantes en los medios compromete aún más las condiciones para un intercambio conversacional equitativo, y en consecuencia más democrático. Las implicaciones políticas de esta condición de *illiteracy* del receptor son enormes: si los medios son creadores de imágenes de la realidad, son proveedores de recursos y contenidos simbólicos para la formación de opinión pública, y son también espacios públicos donde se lleva a cabo el debate sobre 'lo público', entonces se manifiesta en toda su magnitud el régimen impuesto por un sistema cerrado al diálogo con la ciudadanía, y que más bien se encarga de reproducir las condiciones para el mantenimiento de un *status quo* que termina por beneficiar, como siempre, a las *élites*. Seguramente una forma más sutil de imposición y de represión de la participación ciudadana, una forma menos tajante de control y de exclusión de la famosa 'minoría'. Evidentemente, en un país como México, donde los lazos sociales están

fuertemente estructurados en dimensiones de verticalidad y de jerarquías, y donde la pobreza, la falta de recursos, las lagunas en la educación de gran parte de la población son todavía cuestiones primarias en la agenda social y política, no nos toma de sorpresa la consideración que la falta de sentido crítico frente a los medios masivos en realidad no sea ni percibido como un problema por el orden democrático, ni sea considerado como un factor de limitación de participación ciudadana, y por ende una limitación a los procesos democráticos. Parecemos estar lejos de poder sostener en México que se puedan generar a nivel masivo mecanismos de 'resistencia' cotidiana frente la fuerza discursiva de los medios de comunicación (Fiske 1987, 1989a, 1993).

Por otro lado, hay que notar que de todos los sujetos marginalizados en los medios, los portadores y promotores de discursos alternativos y contrastantes de los poderes constituidos en la sociedad que controlan los medios comerciales, son normalmente sujetos fuertemente críticos de la acción de los medios, poseedores de cierta competencia de lectura de los mensajes propuestos por la televisión, y capaces de generar discursos alternativos y no alineados. Pero aun así, la negociación de los mensajes no encuentra una materialización del diálogo en una esfera pública mediática compartida, debido a la exclusión de esas minorías de la posibilidad de participar en la generación de discursos propios en los medios. La interacción entre medios y esta 'minoría de opinión' se desarrolla en un ámbito en el cual televisión y ciudadanos son actores que se interrogan *fuera* de los medios, en una situación de evidente asimetría discursiva: la voz de la televisión se hace sentir más, se puede hacer sentir más; la voz de la minoría tiene que pasar por otros circuitos de comunicación alternativos y, sin embargo, seguir buscando maneras de cuestionar, de contestar, de dialogar.

¿QUÉ MODELO DE TELEVISIÓN MULTICULTURAL PARA MÉXICO?

A la luz de cuánto hemos expuesto hasta ahora, podemos afirmar que la televisión sin duda constituye un ámbito privilegiado para la construcción de un proyecto de país democrático en el cual el pluralismo se vea reflejado tanto en las políticas de concesión de espacios en los medios, como en la representatividad de las diferentes instancias que conforman un México multicultural, plural e igualitario. Pero ¿qué modelo de televisión puede surgir de un sistema de medios masivos que garantice la inclusión de las minorías y fomente así una mayor participación ciudadana que sea reflejo

de los principios democráticos en los cuales se inspira toda una idea de nación en el Nuevo Milenio?

Para empezar, como sugiere Stuart Hall, es necesario recuperar una idea de 'servicio público' que se basa en la función educativa de los medios para fines de la creación de un concepto de nación de múltiples identidades, plural y democrática, que se distancie de los viejos modelos jerárquicos y de las viejas fuentes de autoridad cultural monopolísticas (Hall, 1993: 35). Por lo tanto, el carácter de alcance territorial nacional no garantiza cumplir con una misión y un proyecto de construcción de nación (Smail, 2002).

Ser una televisión de servicio público conlleva fuertes e importantes implicaciones a nivel de la visión misma de lo que constituye ser emisora "pública": 1) adoptando principios y valores democráticos y plurales; 2) actuando políticas de apertura de espacios y promoción de la inclusión; y 3) asumiendo la centralidad del papel jugado por los medios en la estructuración de las relaciones interpersonales e intergrupales en un nivel más amplio, y haciéndose responsable por ello.

Nos parece entonces importante destacar que la ausencia en México de una televisión estrictamente de servicio público, que alcance las grandes audiencias, es un punto firme para rediseñar la construcción de un sistema mediático que contribuya a la fortificación de un proyecto de sociedad y de Estado más democráticos, incluyentes, plurales, a partir de los principios de pluralismo e igualdad, que se vean reflejados en sus tres dimensiones —la producción, los contenidos y la recepción—, y tomando en cuenta a todas las minorías como interlocutores que tienen que estar puestos en las condiciones de poder participar de manera igualitaria en la conversación en los medios, con los medios, y a través de los medios para fortalecer sus posibilidades de participación y su presencia activa en la esfera pública.

Retomando cuanto propone Berger en el caso de África, el formato de televisión comercial no puede ser, por lo tanto, el principal actor en el sistema mediático de un país en lucha para la construcción de la democracia (Berger, 2002: 33)⁸, ya que los principios de mercado NO pueden ser los únicos

⁸ "The danger of the civil society and privatization lobby is to lose sight of those large parts of society which the media market does not reach – meaning that to the extent media can play a role in African democracy, the majority populations may end up being marginalized".

rectores de las regulaciones y del funcionamiento de los medios en países en desarrollo que todavía no terminan de afianzar su proceso de democratización de otros procesos de lucha contra la pobreza y a la marginación social. Por ejemplo, en un sistema de ‘comercialización’ de los medios se ha observado la tendencia a un colapso de los estándares periodísticos (Berger, 2002; Origlio, 2007), que afectan de manera directa el tipo de información que los públicos reciben y que, como hemos ya explicado, constituye un sustancial bagaje de conocimiento compartido en el cual se pueden llegar a basar desde las conversaciones y los procesos de socialización más sencillos, hasta los grandes debates en la esfera pública, que son tan importantes para un Estado democrático.

Es además importante recuperar el papel educador de la televisión. La pantalla chica tiene el potencial de construir narraciones compartidas que afecten la percepción que la sociedad tiene de sí misma y de las diferentes partes que la conforman. Como subraya la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas,

los medios de comunicación son un instrumento para combatir la ignorancia de la sociedad nacional respecto a los pueblos indígenas, afianzar los valores de la diversidad cultural, demostrar los aportes cotidianos de los pueblos a la nación, las demandas y propuestas de desarrollo de las propias comunidades y ser un medio con cobertura en amplios sectores de la población para promover el reconocimiento de la diversidad e identidad de los pueblos indígenas (http://www.cdi.gob.mx/index.php?id_seccion=4).

El *narrowcasting* es necesario, pero claramente no es la solución al problema de la mis-representación de las minorías. El verdadero giro hacia la inclusión tiene que realizarse en la televisión *mainstream*, para que se vea reflejado en las pantallas un proyecto de sociedad incluyente en el cual los sujetos ahora considerados como marginales y subalternos sean normalizados y compartan los mismos espacios (en la realidad virtual de los medios, así como se quiere que los compartan en la vida real).

En cuanto a las cuestiones relativas a la producción, en un escenario de monopolio y de enormes asimetrías en el acceso a los medios productivos y a la generación de discursos, es evidente que un sistema basado exclusivamente en reglas de mercado y en la posibilidad de generar “contra-públicos” no puede garantizar participación de sujetos minorizados. Prácticamente, sería entonces necesario, que, aparte de una muy necesaria y útil apertura de los

medios masivos a través de la multiplicación de entes emisores y gestores de señales a nivel nacional, estatal, local o comunitario, existiera una *televisión nacional* (o sea que cubra todo el territorio mexicano) *de servicio público* (o sea incluyente y abierta a las diferentes expresiones de las minorías, en producción, contenidos y *target*), que se pueda administrar con criterios competitivos de mercado y que, al mismo, tiempo goce de la intervención estatal para mantenerse fiel a sus principios de servicio a la ciudadanía en un proyecto de nación democrática; una televisión, en fin, que pueda ser espacio de expresión de voces plurales y que haga posible que estas voces no solo se expresen, sino que también puedan ser escuchadas a la par que las de la televisión comercial.

REFERENCIAS

- Anderson, B. (1983). *Imagined communities: Reflections on the origins and spread of nationalism*. Londres: Verso.
- Aroldi, M. Giaccardi, Ch. Presutti, F. & Scifo, B. (1998). Diete mediali, identità e processi di integrazione: quattro comunità di stranieri a Milano“, en *Ikon. Forme e Processi del Comunicare*, 37, 75-130.
- Bettetini, G. (1994). *La conversación audiovisual, problemi dell'enunciazione filmica e televisiva*. Milano: Bompiani.
- Bettetini, G. & Giaccardi, Ch. (Eds) (1997). *Televisione culturale e servizio pubblico. Gli anni '90 in Francia, Germania, Gran Bretagna, Italia*, Roma: RAI-VQTP.
- Bhabha, H. K. (1994). *The location of culture*. London: Routledge.
- Calhoun, C. (1991). “Indirect relationship and imagined communities: Large scale social integration and the transformation of everyday life”, en P. Bourdieu y J.S. Coleman (Eds.). *Social theory for a changing society*. Coulter, CO: Westview Press, pp. 96-121.
- Calhoun, C. (Ed.) (1992). *Habermas and the public sphere*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Cesareo, V. (2000). *Società multiethniche e multiculturalismi*. Milano: Vita e Pensiero.
- Chomsky, N. & Norman, E. (1994). *Manufacturing consent. The political economy of mass media*. London: Vintage.
- Evans, M. R. (2002). “Hegemony and discourse. Negotiating cultural relationship through media production”, en *Journalism*, 3 (3), 309-329.
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. Londres: Routledge.
- Fiske, J. (1989a). *Reading the popular*. Boston: Unwin Hyman.
- Fiske, J. (1993). *Power plays, power works*. Boston: Unwin Hyman.
- Ghai, Y. (2001). “Participation and Minorities“, en *Minority group international*. London: Minority Rights Group International, pp. 5-28.

- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*, traducción de Thomas Burger. Cambridge, MA: The MIT Press. (Versión original publicada en 1962.)
- Habermas, J. (1994). "Citizenship and national identity", in B. Van Steenberghe (Ed.) *The condition of Citizenship*. London: Sage, pp. 20-35.
- Hall, S. (1992). "The west and the rest: discourse and power", in Stuart Hall y Bram Gieben (Eds.), *Formations of modernity*. Londres: Polity Press.
- Hall, S. (1993). "Which public, whose service?", in Wilf Stevenson (Ed), *All our futures: The changing role and purpose of the BBC*. London: British Film Institute, pp.23-38.
- Jacobs, R. N. (1999). "Race, ethnicity and public sphere", en *International Sociology*, 14 (3), 355-375.
- Neumann, E. N. (1974 Spring). "The spiral of silence. A theory of public opinion", in *Journal of Communication*, 43-52.
- Origlio, B. (2001). *Televisione multiculturale in Gran Bretagna*, tesis de licenciatura, Milano: Università Cattolica del Sacro Cuore.
- Origlio, B. (2007). "Info-ficción: construcción de un género híbrido en la parodia política mexicana", en L. Escudero (Ed.), *Democracias de opinión*. Buenos Aires: La Crujía.
- Scannell, P. (1998). "Public service broadcasting and modern public life", en *Media, Culture and Society*, 1, 135-166.
- Schlesinger, P. (1991). *Media, state and nation: Political violence and collective Identities*. London: Sage.
- Schlesinger, P. (1997). "From cultural Defense to political culture: Media, politics and collective identity in the European Union", en *Media, Culture and Society*, 19, 369-391.
- Smaill, B. (2002). "Narrating community: Multiculturalism and Australia's SBS Television", *Journal of Communication Inquiry*, 26 (4), 391-407.
- Spivak, G. C. (1988). *In other words*. Londres: Routledge.

La construcción de la comunicación comunitaria en la región del Sisal: Una red tejida con fibra y resistencia

Gislene Moreira¹
Giovandro Marcus Ferreira²



RESUMEN

Este estudio ilustra la importancia de la comunicación en el desarrollo de la región Sisal, en la zona rural del estado de Bahía (nordeste del Brasil). El documento está dividido en tres partes: en principio, busca caracterizar la *cultura del silencio* presente en la formación histórica de la zona como constituyente de los rasgos comunicativos locales; luego, contextualiza la aparición del *movimiento social rural* que se desarrolla en la región como consecuencia de la precarización de las condiciones socio-económicas en los años setenta y la emergencia de nuevas formas de comunicación. Por último, apunta *la comunicación como factor de desarrollo territorial* y resistencia cultural o resistencia político-cultural.

Palabras-clave: Comunicación para el desarrollo, región Sisaleira, participación y territorio.

¹ Doctoranda en Investigación en Ciencias Sociales, con mención en Ciencia Política, de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO - México). Graduada en Comunicación y especialista en Gestión Social. La autora es maestra multidisciplinar en Cultura y Sociedad de la Universidad Federal de Bahía/Brasil. De 1999 a 2008 trabajó en ONGs como coordinadora en comunicación comunitaria y docente de periodismo.

² Profesor y director de la Facultad de Comunicación de la Universidad Federal de Bahía (UFBA). Doctor en Ciencias de la Información, del Instituto Francés de Imprenta – Universidad de Panthéon-Assas (París 2).

DESDE EL SILENCIO

Cuando las primeras tropas encargadas de la destrucción de Canudos³ pasaron por la zona que hoy es el territorio del Sisal, ellas abrieron caminos para un Brasil ignorado por los brasileros. El encuentro entre ese Brasil sureño de “orden y progreso”, con el rural y supuestamente arcaico del interior semi-árido, aconteció en medio de la perplejidad, la intolerancia y el genocidio. Desde esos remotos tiempos narrados por Euclides da Cunha⁴, mucha cosa cambió en ese paisaje, y aún ahora esta región continúa configurándose como un escenario de sorpresas para el país.

Uno de los cambios más significativos se refiere a un eferescente sistema comunicativo, permeado de diversos actores y equipos poco comunes en el paisaje mediático de zonas como estas. Ese sistema refleja, en todo su universo simbólico, el ambiente de disputas que se configuró en la región con la llegada del agave, a principios del siglo XX. La planta rústica oriunda de México se consolidó como el principal eje productivo de la región, el motor de las profundas transformaciones históricas, políticas, sociales y culturales de este territorio en las últimas décadas.

En los discursos recientes, el territorio del Sisal, compuesto por 20 municipios⁵ del nordeste de Bahía, registra algunos de los peores índices sociales de Brasil. Pese a la miseria e inviabilidad, la zona se caracteriza por una imagen de *fibra y resistencia*, anclada en la fuerte capacidad de movilización de la sociedad civil.

Insertos en el paisaje semi-árido brasileiro, correspondiente al 75% del nordeste del país, los grupos sociales que ahí se instalaron desarrollaron un sistema de comunicación específico, una red o conjunto de flujos comunicativos constituidos por actores, contenidos y medios definidos a partir de principios y propósitos muy particulares. Para comprender la transforma-

³ La Guerra de Canudos (1896-1897) es considerado uno de los episodios más sangrientos de la historia del país. El movimiento insurgente liderado por Antonio Conselheiro ocurre en el inicio de la república y llama la atención del país para la zona semi-árida.

⁴ Periodista que acompaña las tropas republicanas que derrotan Canudos. En 1909 publica *Os sertões*, en el que narra la masacre. En el trayecto para el pueblo, describe la zona que ahora se llama la región sisaleira.

⁵ Araci, Barrocas, Biringinga, Candeal, Cansanção, Conceição do Coité, Ichu, Itiúba, Lamarão, Monte Santo, Nordestina, Queimadas, Quijingue, Retirolândia, Santa Luz, Serrinha, São Domingos, Teofilândia, Tucano e Valente (CODES, 2004).

ción de un sistema comunicacional verticalizado en una posible estructura comunicativa más horizontalizada, es necesario adentrarse en los orígenes de las relaciones comunicativas de ese pedazo de “sertão”.

Este sistema comunicativo fue marcado por el abuso de poder originado en la histórica ocupación de las tierras, basada en grandes latifundios de creación ganadera (Ribeiro, 1997: 341). El poblamiento del interior baiano ocurrió en el siglo XVI con la implantación del dependiente sistema económico de creación ganadera para abastecimiento de carne para el litoral azucarero esclavista (Furtado, 2006: 140). Bajos salarios, unos pocos productos de mantenimiento y la promesa de una propiedad, movilizaron una masa de blancos pobres hacia una vida de aislamiento y precariedad. La convivencia intensa entre vaqueros y propietarios no los aproximó, antes por el contrario, prevaleció un distanciamiento jerárquico, permitiendo arbitrariedades y fortaleciendo la primacía empresarial del ganado-mercancía sobre la comunidad humana (Ribeiro, 1997: 346).

Esa situación conformó un tipo humano particular, marcado por la especialización en el pastoreo, disperso espacialmente. Los trazos característicos se revelan en el modo de vida, en la organización familiar, en la estructuración del poder, en la visión de mundo y en la religiosidad. Conformó también la comunicación entre esos diferentes actores, y entre ellos y el mundo externo. Un sistema de comunicación similar fue común en todo el “sertão” nordestino, donde la propiedad de la tierra y del agua, más que configurarse como apropiaciones económicas, determinaron el hablar. En ese sistema, los actores legítimos del discurso, aquellos que conquistaron la condición de “hacer ver” y “hacer creer” su visión de mundo, fueron los grandes propietarios de tierras. Para la gran masa de trabajadores solo quedó la actuación muda, ser receptores de los mensajes de mando y de autoridad en defensa de la expansión de la propiedad privada.

La *cultura del silencio* se presenta como una síntesis del proceso de dominación de la tierra y de la expropiación económico-productiva que ahí se estableció. Los mecanismos de poder utilizados por los grupos oligárquicos locales no se restringieron a lo económico. La gran mayoría de la población fue forjada para ser muda, como una masa de sujetos anulada por la acción comunicativa-opresora de una elite esencialmente agraria. Con estrategias eficientes de dominación, desmovilización y control de una sociedad civil amorfa, la elite rural permaneció ajena a los avances tecnológicos y a la complejización de las relaciones sociales instauradas por la comunicación

mediática difundida en todo el país a través del radio y televisión. La opción se refleja en la casi inexistencia de infra-estructura comunicativa en el territorio hasta finales de la década de los años setenta.

RUIDOS EN LOS CAMPOS DE SISAL:

LAS PRIMERAS FIBRAS DEL MOVIMIENTO SOCIAL

Todo ese silencio solo comienza a alterarse con el sonido de los motores de agave. El sisal o *agave* se desarrolla en regiones de bajo índice pluviométrico y produce una fibra resistente utilizada en la fabricación de cuerdas, tapetes y artesanías. Su extensa cadena productiva se ubica entre las más importantes del PIB baiano y está marcada por profundas desigualdades en la distribución de los dividendos. Los trabajadores rurales, el elemento inicial de esta cadena, reciben las menores remuneraciones de un negocio que se destaca en el consumo interno e internacionalmente (FAPESB, 2002).

La precarización del trabajo en los campos de Sisal se extendió a los demás aspectos de la vida humana. De los 800 mil habitantes de la región, más de la mitad es considerada extremadamente pobre y analfabeta, con renta media mensual inferior a \$ 39,00 dólares. Municipalidades como Quijingue, Monte Santo y Cansanção ocupan los peores lugares en el Índice de Desarrollo Humano de Bahía (CODES, 2005 A: 7-9). Esa situación es reflejo de la implantación del modelo desarrollista de los años setenta y ochenta, en los cuales la modernización tecnológica rural representó la llegada de actores externos, entre ellos, el capital internacional. Motivada por fuerzas económicas, la propuesta buscaba atender dos grandes intereses: atraer inversiones internacionales para consolidar el desarrollo capitalista en el país, y eliminar los riesgos de la temida reforma agraria.

Carreteras y comunicaciones fueron las dos áreas de infra-estructura priorizadas por la propuesta de modernización agrícola. La tutoría económica y política de los grupos oligárquicos locales incorporó en sus mecanismos de dominación las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Esos actores aportaron nuevos instrumentos comunicativos, en especial la radio, modificando la infra-estructura tecnológica e implantando los medios de comunicación de masa en la zona del Sisal.

La radio imperó como equipo privilegiado de acceso a la información, pero también de difusión de los códigos simbólicos hegemónicos. Legitimadora

del *status quo* y de la estrategia de dominación política, la producción radiofónica local fue el principal instrumento de validación del discurso de apatía política y “aridez” climática y social. Su utilización ni siquiera mejoró significativamente la infra-estructura. Además de su vínculo con la cultura oral, en una población en su mayoría analfabeta, también representaba el medio de menor necesidad de inversión tecnológica, por el bajo costo de su producción.

Las antiguas prácticas de dominación fueron reconfiguradas tecnológicamente, y desde la antigua propiedad rural fueron tejidas las bases de la propiedad de los espectros comunicativos y de la audiencia. Las siete grandes emisoras fueron vinculadas a grupos políticos hegemónicos. Dos obtuvieron el derecho de funcionar en el período de la dictadura y cinco adquirieron el permiso cuando Antônio Carlos Magalhães era Ministro de las Comunicaciones (MOC, 2005). Los antiguos coroneles políticos transformáronse en los coroneles electrónicos que, junto con la propiedad rural, usan la propiedad de estaciones generadoras y retransmisoras para extender o difundir sus poderes (Caparelli & Santos, 2006).

El tránsito de una zona de pobreza a un territorio de fibra y resistencia, contradictoriamente, también empieza a constituirse en el período de profundización de la expropiación en el campo. La precarización de las relaciones de trabajo en las sociedades anónimas de producción de sisal fue el estopín para nuevas prácticas de movilización y generación de alternativas organizativas y políticas. Las Comunidades Eclesiales de Base (CEB's), la organización sindical y la imprenta internacional fueron las otras voces de esa conturbada emergencia de una sociedad civil organizada. Del conflicto profundizado, nacieron las primeras organizaciones que incidieron en las bases del sistema político y comunicativo del Sisal, introduciendo nuevos sentidos en la transformación de las estructuras establecidas.

Las CEB's, impulsadas por la Teología de la Liberación y su *opción por los pobres*, se tornaron los espacios más progresistas del país y de más presencia en las zonas aisladas, como el territorio del Sisal. El poder religioso, antes concentrado en manos de los curas, fue compartido con los laicos –militantes que asumieron funciones de liderazgo, apropiándose del poder y del saber antes monopolizados– (ISER, 1997: 54). De la acción social de la Iglesia nacieron organizaciones de apoyo a los movimientos del campo, que ofrecieron soporte político y se constituyeron en el principal canal de

comunicación entre las demandas y la crisis de las poblaciones rurales y la sociedad.

De esa filosofía libertaria se constituyó el Movimiento de Organización Comunitaria (MOC), en 1967, con la intención de incentivar la emancipación social y la creación de grupos comprometidos con la transformación de la realidad local. Entre los frutos destacan la APAEB, una asociación de productores familiares que hoy tiene una fábrica de tapetes para exportación destacada en toda América Latina, y en la organización de los Sindicatos de los Trabajadores Rurales (STR).

Los sindicatos, de instrumentos de mediación y mantenimiento de las antiguas estructuras, pasaron a ser protagonistas de disputas y esfuerzos que culminaron en la constitución de nuevos actores capaces de contestar los mecanismos de dominación. Entre los principales problemas enfrentados estaban los mutilados de las máquinas de sisal. En 1974, el cálculo era de más de 10 mil, pero la pérdida de un brazo o un ojo no era considerada como comprometedora de la capacidad de trabajo, lo que impedía el acceso a los beneficios sociales. Ese grupo marginalizado consolidó una base de presión en los STR, que a inicios de los años ochenta movilizó una campaña por la asistencia social y conquistó el apoyo de organismos internacionales.

La cercanía con actores como UNICEF y OIT fue fundamental para la percepción y enfrentamiento del abuso laboral infantil, naturalizado por la precarización generalizada. Los estimativos eran de más de 70 mil niños y niñas trabajando en la región. De las víctimas de las mutilaciones, ellas eran las más comprometidas; aunque, la situación era vista, incluso por las directivas, como un factor cultural necesario para la renta de las familias (Campos, 1999: 88).

En 1990, la crisis productiva del sisal ganó proporciones gigantescas, marcando la profundización de las condiciones de pobreza y miseria, y afectando las élites locales. Los trabajadores invirtieron en acciones de movilización de la opinión pública, conquistando visibilidad a través de la campaña “*Sisaleiros piden socorro*”, articulando, de manera inédita, varias entidades de la sociedad civil, alcaldes, legisladores y medios de comunicación.

Toda esta movilización, aliada a la presión internacional y al apoyo de algunos segmentos estatales, permitió la creación en 1996 del PETI –Programa de Erradicación del Trabajo Infantil–, la primera política pública destina-

da al territorio del Sisal, que lanzó las bases para una nueva relación entre sociedad civil y poder público, incorporando elementos innovadores en la gestión pública local y marcando definitivamente la consolidación de una *cultura política de Sisal* diferenciada.

El PETI nació privilegiando una estructura híbrida, con responsabilidad estatal diluida y compartida, a través de la creación de nuevas institucionalidades políticas híbridas como la Comisión Estadual, además de conferencias, audiencias públicas y consejos de gestión, instancias que inauguran un nuevo tono en una esfera pública más abierta al diálogo y a la inédita confrontación de opiniones (Teixeira, 2003: 169).

COMUNICACIÓN COMUNITARIA

En ese nuevo formato, la gran dificultad de la emergente sociedad civil era ser reconocida como interlocutor legítimo. También los movimientos sociales sisaleiros pasaron a disputar el poder del simbolismo político en función de constituirse como actores con sus proyectos y reivindicaciones. Empieza así la proyección de los usos de la comunicación como elemento estratégico en el territorio, al igual que la re-organización del sistema comunicativo local, influyendo en la forma como las organizaciones locales se apropiaron de las TIC. Desde el principio, los grupos utilizaron la comunicación a través de encuentros, seminarios, cartillas, informes y un uso “eventual” de los medios para denunciar. Pero, la nueva conjetura demandaba nuevos formatos.

Las radios comunitarias fueron los primeros y más fuertes mecanismos de utilización de las nuevas tecnologías en la elaboración de contra-discursos, ampliándose luego en un complejo sistema de comunicación tecnológica. Ellas traducen la fragmentación de la comunicación en la experiencia de los movimientos, y también la apropiación de los nuevos escenarios comunicativos como estrategia de las luchas simbólicas locales. Son fruto de la necesidad de acceso, producción y difusión de esos nuevos abordajes simbólicos.

Pensada en su dimensión política, a pesar de los conflictos y contradicciones inherentes al propio movimiento, las radios se convierten en elemento central de un modelo comunicativo basado en la participación a partir de la construcción cotidiana de la realidad social. Con fuerte inspiración en

Paulo Freire, buena parte de esas iniciativas se inspiraron en su teoría de la comunicación dialógica y emancipadora. La comunicación producida en el Sisal está fuertemente vinculada con las prácticas y luchas de los movimientos organizados.

La batalla simbólica se reflejó en la reacción agresiva de las elites. Entre 2002 y 2004 fueron registrados 18 cierres y 11 retenciones de transmisores, además de censura pública, procesos judiciales y hasta agresiones físicas o amenazas a los comunicadores (MOC: 2005^a).

Son espejos de esta situación algunos casos donde la población escuchó por la emisora la acción de la policía y ocupó el frente de la emisora en una protesta que evitó el cierre de esta. En otro, 25 policías federales invadieron la Iglesia (espacio considerado en la cultura local como sagrado y restringido a este tipo de actitud) para confiscar los equipos. En 2005, 14 emisoras fueron cerradas.

En medio de esa efervescencia, el MOC, con apoyo de UNICEF y de la ONG CIPÓ (Comunicación Interactiva), creó en 2002 su Programa de Comunicación. Además de liderar acciones institucionales, invirtió en la calificación y fortalecimiento del recién movimiento comunicativo, con formación de más de 200 comunicadores, con soporte organizativo y asesoría en la construcción de una política cultural comunicativa para el territorio.

Todo eso resultó en la creación de entidades regionales, como la Agencia Mandacaru de Comunicación y Cultura (AMAC), destinada a la producción comunicacional para los movimientos locales; la Abraço Sisal, en representación política de las radios comunitarias, y la organización del Curso de Comunicación Social en el Campus XIV de la Universidad Estadual (UNEB) en el municipio de Coité. Fueron esos los principales actores comunicativos que provocaron la inserción de la comunicación como estrategia de la política de desarrollo territorial, factor inédito en Bahía y en el país.

TERRITORIOS DE IDENTIDADES

A pesar de las dificultades constantes, la incidencia de actores e instituciones sociales y un colectivo reciente de democratización de la comunicación fueron decisivos en la constitución del Consejo de Desarrollo Territorial Rural del Sisal (CODES).

El Consejo, compuesto por representantes gubernamentales y de la sociedad civil, es responsable por la gestión del desarrollo de veinte municipalidades y refleja las nuevas prácticas políticas aprendidas con la implantación del PETI, experiencia central en la creación de una *cultura participativa* y de la idea del Sisal como *territorio de posibilidad*.

Los actores de la sociedad civil fueron los que primero huyeron de las prácticas municipalistas.

Hasta 2004, la región no constaba en los mapas oficiales y en 2002 ni siquiera era reconocida por los órganos de planeación. Su aparición en el escenario estadual y nacional se produce cuando destaca su identidad local, la lucha surgida de la reacción a la expropiación de los trabajadores, y no por su economía productiva de la fibra sisaleira, que es lo que pasa en la caracterización de la mayoría de las zonas en Bahía.

El territorio sisaleiro cambió la centralidad del Estado por la sociedad civil, surgiendo de ella la propuesta de un consorcio de municipalidades en la gestión pública.

La creación del CODES surgió de la provocación de esas entidades regionales, articuladas anteriormente. Después fueron agregadas las alcaldías, aún con resistencias de los mandatarios. En 2003, el Ministerio del Desarrollo Agrario (MDA) oficializó la participación del CODES en la aplicación de los recursos del Programa Nacional de Agricultura Familiar en el área de infraestructura.

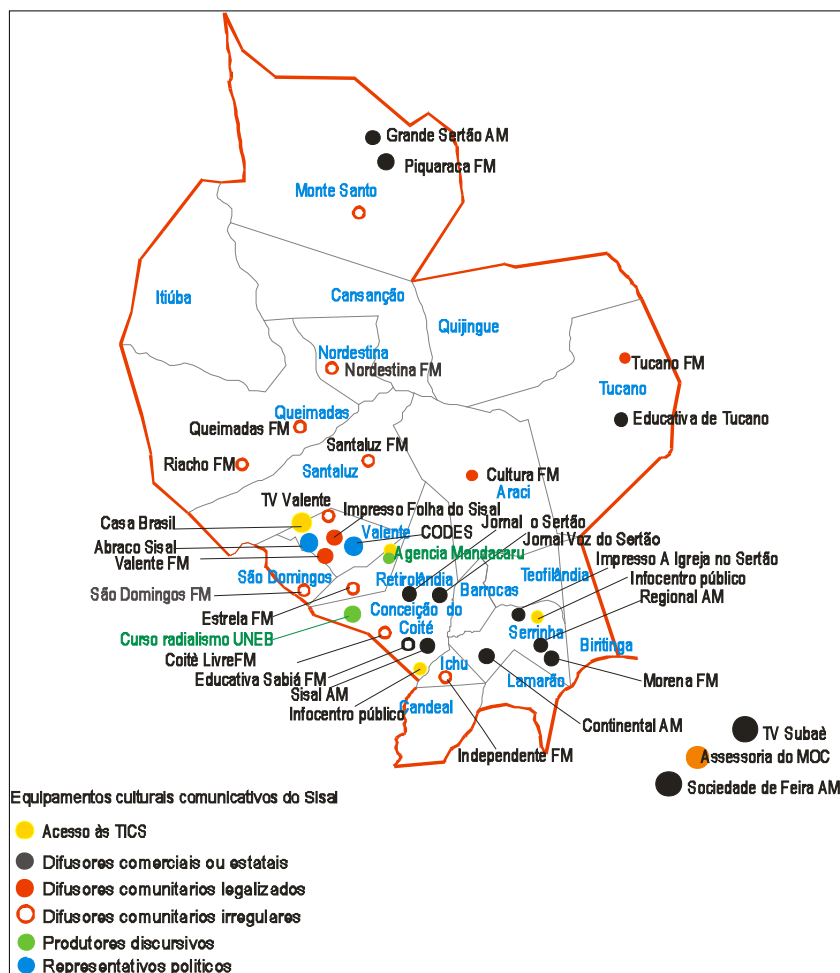


Figura 1. Mapa del sistema de comunicación del Sisal, 2006.

La idea de “fibra y resistencia”, expresada en términos del Sisal es: *la evocación de la actuación* de una sociedad civil organizada, basada en principios de identidad contestataria. La estructura del CODES se basa en la valorización de los líderes anteriormente excluidos. El ambiente político de ese espacio público creó las condiciones favorables para una actuación más incisiva de los grupos populares organizados, que de manera inédita en la historia lo-

cal, conquistaron la posibilidad de participar como actores privilegiados de la construcción de una política territorial de desarrollo⁶.

La definición del eje de Comunicación como elemento prioritario de esa política no fue posible sin la movilización de esos actores. De las presiones y discusiones de esos grupos, se estructuraron las iniciativas que alteraron el mapa comunicativo de ese territorio. En esa nueva cartografía están presentes los principales equipos culturales de acceso, producción, difusión y gestión de la comunicación que alteraron la estructura de ese sistema comunicacional.

Este “mapa” destaca en el escenario semi-árido no solamente por la efervescencia de actores y equipos comunicativos, sino también por la contradicción y variedad de discursos sobre la identidad sisaleira. La idea de la posibilidad de reconstruir el escenario, aún estigmatizado por la tierra seca en la cual superviven ejércitos de miserables, es una construcción diferenciada, expresada en los slogans tanto de la Asociación del municipio de Valente: *El ‘sertão’ tiene todo lo que la gente precisa, y si falta, lo inventamos* (APAEB, 2000) como del CODES: *Sisal: Un territorio de fibra y resistencia* (CODES, 2005), o del MOC: *Por un ‘sertão’ justo*.

Más allá de los discursos, un análisis del “mapa” apunta algunas cuestiones. Las municipalidades que presentan los peores índices económicos y sociales, como Quijingue, Monte Santo, Cansanção, Itiúba y Tucano, son los que también expresan mayor fragilidad de equipos de comunicación. En una situación más privilegiada tanto en el IDH (Índice de Desarrollo Humano) como en la economía, Serrinha y Valente son los que ocupan una mejor posición en el sistema comunicativo local.

A pesar de las mejoras en infra-estructura, el parque tecnológico, en lo que se refiere a tecnologías más recientes, como acceso a Internet, es aún precario. Son pocos los ambientes públicos de acceso, los cuales no posibilitan la producción y difusión, y además están restringidos al “consumo

⁶ Boisier define como políticas territoriales de desarrollo el conjunto de políticas públicas articuladas y planeadas de manera integrada a realidades en un espacio físico geográficamente definido y caracterizado por ambiente, economía, sociedad, cultura, política e instituciones; así como por una población con grupos sociales distintos que se relacionan, interna y externamente, por medio de procesos específicos, donde se pueden distinguir uno o más elementos que indican identidad y cohesión social, cultural y territorial (Boisier, 2003).

informativa”, debido al uso de tecnología ultrapesada e inadecuada para la publicación de iniciativas locales. Esa carencia es señalada como uno de los obstáculos a la integración interna y externa de la región.

Prevalecen los equipos de difusión radiofónica. Las emisoras comerciales o estatales que actúan con mayor infra-estructura, amplitud e influencia, estando en su mayoría vinculada a los grupos dominantes. Los medios impresos tienen una circulación casi que restringida a los municipios de origen, además de una periodicidad irregular, aunque señalizando ya la ampliación de los medios de producción locales.

En el mapa político de la comunicación del Sisal, la representación de la Abraço ganó en protagonismo por su esfuerzo en la movilización de una acción en red, no solamente organizativa, sino también técnica, siendo reciente la experiencia de vinculación de programas radiofónicos en las emisoras comunitarias como redes difusoras. La iniciativa buscaba dar respuestas a las demandas generadas por las organizaciones regionales del movimiento que alegan baja capacidad difusora de una única emisora. En la acción en red se estima que las emisoras comunitarias tengan una audiencia superior a 300 mil oyentes. Sin embargo, insistir en actuar en red todavía significa enfrentar una batalla adicional: la prohibición legal de la transmisión en red, que obstaculiza cualquier actuación colectiva de las emisoras comunitarias. El desafío no termina con la legalización; lo que se persigue es la legitimidad y coherencia de las emisoras sin sucumbir a los intereses comerciales. La campaña *Nuestra Radio es comunitaria* busca reforzar la propuesta comunitaria de radiodifusión, manteniendo una línea común entre las asociadas, y movilizando la población en apoyo al movimiento por la democratización de la comunicación.

Las afiliadas presentan deficiencias en lo que se refiere a la gestión y sustentabilidad de programación adecuada a la realidad local y a las demandas de la sociedad civil organizada, infra-estructura precaria, además de cuestiones jurídicas del proceso de legalización. La mayoría de los equipos actúa voluntariamente, sin formación mínima, sin la disponibilidad necesaria, y a veces sin ningún conocimiento organizativo o vínculo con las organizaciones de base. El distanciamiento de las radios comunitarias de los movimientos que le dieron origen es uno de los principales problemas señalados. Distanciamiento que también se nota en el sentido inverso, en la medida en que las entidades civiles que integraban las directivas y consejos de las

emisoras no logran acompañar las discusiones de comunicación frente a las demás luchas en las cuales están involucrados (MOC, 2006).

Ese distanciamiento también es sentido en la Agencia Mandacaru. Resultado de un proyecto implantado por el MOC, la iniciativa surgió de un deseo de las organizaciones locales de calificar sus acciones de comunicación (Rodríguez, 2005). El grupo de jóvenes capacitados incurrió en la constitución de una entidad propia que viabilizase la generación de renta y oportunidades en la producción comunicativa especializada para la sociedad civil local (MOC, 2006). A pesar del vínculo inicial, el grupo ha tenido dificultades para unirse políticamente a las entidades que le dieron origen, y son constantes las disputas y las quejas de ambos lados.

Las dificultades de interlocución entre comunicadores y actores sociales también se extiende al reciente curso de radio-periodismo de la UNEB, en la municipalidad de Conceição do Coité. La llegada de un curso de esta categoría al territorio del Sisal fue reflejo de la efervescencia de ese sistema comunicativo, principalmente, en lo que se refiere a movilización de la sociedad organizada local y su amplio aparato comunicacional comunitario. Su instalación puede ser considerada como el primer producto efectivo del Plan de Comunicación del CODES, el cual contribuyó decisivamente para el re-direccionamiento de la actuación académica en el territorio, viabilizando incluso la destinación presupuestal para su funcionamiento. Su implantación previa, según los deseos del movimiento local, una destinación de las cotas de estudiantes a los grupos comunitarios que ya actuaban en la comunicación. Sin embargo, las dificultades de acceso a la educación no permitieron el ingreso de esos comunicadores a la universidad por el modelo convencional. De los 40 alumnos de la primera cohorte, sólo tres eran oriundos del movimiento. Si internamente la relación orgánica entre comunicadores y las demandas sociales ya se presentaba como un asunto que debía ser superado, esta preocupación aumentó con la fragmentación y distanciamiento de la producción del conocimiento técnico-discursivo de la comunicación con una perspectiva academicista.

El Plan de Comunicación del CODES reverbera los discursos simbólicos de toda esta gama de actores que componen la cartografía comunicativa sisaleira. El propio consejo pasó a incidir como instancia de representación y gestión política de la comunicación territorial, señalando una alteración en ese mapa comunicacional.

A pesar de que esa política cultural comunicativa fue pensada colectivamente por el GT-Com, el grupo de comunicación responsable de elaborar la propuesta piloto, en medio de reuniones, talleres y seminarios, el Plan no necesariamente significa una coherencia con las principales deliberaciones del grupo. Las decisiones del GT necesitaban aprobación en asamblea, lo que no significaba el mantenimiento de la propuesta inicial.

Este ambiente de intensa negociación hizo emerger los conflictos inherentes al propio movimiento, entre comunicadores y liderazgos más tradicionales y, principalmente, entre los proyectos políticos para la comunicación en el territorio. La carencia de recursos, la dificultad de comprensión de inversiones más estratégicas y las divergencias políticas fueron algunas de las cuestiones señaladas por algunos integrantes del GT para que la Comunicación fuera reducida a la idea instrumental de un soporte a la divulgación de las acciones del Consejo, y no fuera asumida como una estrategia diferenciada de política cultural del desarrollo territorial.

Sin embargo, en este mismo contexto, la Comunicación es señalada como área prioritaria y como posibilidad efectiva de construir una dinámica interna más constante entre los actores, y liderazgos en la socialización y divulgación de informaciones y resultados; como elemento de construcción, significación y difusión de una identidad que valora los aspectos de la cultura local en un proceso de desarrollo integrado; como instrumento movilizador y facilitador de la participación popular en la construcción y redefinición de los rumbos de ese desarrollo; además de incidir externamente en la ampliación de la capacidad de influencia de los actores en las decisiones políticas exteriores al territorio, posibilitando la constitución de redes con otras territorialidades, potencializando la venta de los productos y servicios de la región y agregando valor a la imagen externa del territorio.

La contradicción marca la construcción, o el por hacer, de ese mapa comunicativo; más que un levantamiento geográfico estático, expresa un escenario fluido, políticamente inestable y permeado de desvíos, desencuentros y paisajes sorprendentes.

El carácter inédito del Sisal, en lo que se refiere a la mediación comunicativa, está no solamente en la gran cantidad de actores e instituciones productoras y difusoras de comunicación vinculados a la sociedad civil organizada, sino también en la capacidad de superación de los antiguos modelos y en la construcción de nuevos horizontes a ese sistema comunicativo.

Comparado con otras territorialidades del Estado, se percibe la amplitud de los equipos de cultura instalados por el movimiento social sisaleiro, pero aun así su gran diferencia está en la posibilidad de concebir y hacer efectiva la comunicación comunitaria, tan perseguida y desprestigiada, como política pública cultural legítima, inserta en el proyecto de desarrollo construido para una región. Percibir los medios de comunicación a partir de las voces de los actores anteriormente excluidos y marginalizados de las estructuras comunicantes, significa una reestructuración y transformación del sistema de comunicación históricamente establecido. Un proceso que se fortalece con la propia diferenciación del Sisal como territorialidad específica, generadora de un proyecto de desarrollo diferenciado.

Sin embargo, en sus orígenes históricos está el proyecto hegemónico de dominación, basado en una cultura del silencio, constitutiva de una identidad legitimadora de los mecanismos de expropiación y exclusión de la mayoría de la población, con el sello una comunicación esencialmente autoritaria. Las luchas que emergieron de la confrontación con las elites locales y de la profundización de la dominación, rompieron la constitución de grupos organizados que pasaron a construir una identidad de resistencia, fomentando una cultura de participación a partir de mecanismos de comunicación dialógicos.

El gran desafío del territorio del Sisal en la construcción de una política de desarrollo sostenible es el establecimiento de una identidad de proyecto, una propuesta común capaz de expresar prioritariamente el sentido de colectivo ante los conflictos latentes entre intereses diversos y, en ocasiones, antagónicos.

REFERENCIAS

- Abramovay, R. (2000, abril-jun.) O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural. *Revista Economia Aplicada*, 4, (2).
- Albuquerque Jr, Durval Muniz de (2001) *A invenção do Nordeste e outras artes*. (2ª ed.). Recife: FJN, Ed. Massangana; São Paulo: Cortez.
- Alvarez, S. Dagnino, E. & Escobar, A. (Org.) (2000). *Cultura e política nos movimentos sociais latino-americanos – novas leituras*. Belo Horizonte: UFMG (Coleção Humanitas).
- Alves, M. O. (Org.) (2004). *Diagnóstico sócio-econômico da região nordestina produtora de sisal*. Fortaleza: BNB.

- APAEB. (2000). 20 anos – Reinventando o Sertão. Valente, Brasil: APAEB (Associação de Desenvolvimento Sustentável e Solidário da Região Sisaleira). Disponível em: <http://www.apaeb.com.br>. Bass
- APAEB. (2003). Relatório Anual 2002. Valente.
- APAEB. (2004). Relatório Anual 2003. Valente.
- APAEB. Homepage. Disponível em: <http://www.apaeb.com.br> Acesso em dez. 2005 e jan. 2006.
- Bourdieu, P. (1999). *A economia das trocas simbólicas*. (5.ed.). São Paulo: Perspectivas.
- Bourdieu, P. (2001). *O poder simbólico* (4.ed.). Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Brasil. Lei 9612 de 19 de fevereiro de 1998. Institui o serviço de radiodifusão e dá outras providências. Brasília, 1998. Disponível em: www.mc.gov.br/rc/lei
- Burstyn, M. (1985) *O poder dos donos: planejamento e clientelismo no Nordeste*. Petrópolis: Vozes.
- Campos, M. S. (Org.). (1999). *Trabalho infantil, desafio à sociedade: Avaliação do Programa de Erradicação do Trabalho Infantil no período de 1996-97*. São Paulo: IEE/PUC; Brasília: SEAS/MPAS.
- Caparelli, S. & Santos, S. (2005). *Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um velho conceito*. Salvador. www.intervozes.org.br
- Carvalho, I. M. Moreira (Org.). (2003). *PETI – Trajetória e beneficiários no Estado da Bahia*. Série Estudos e Pesquisas. Salvador: UFBA, 2003.
- Carvalho, M.do Carmo. (2004). *Participação social no Brasil hoje*. Disponível em: www.polis.org.br.
- CODES – SISAL. Ata de Fundação. Valente, 2002.
- CODES – SISAL. Ata de Assembléia Ordinária. Valente, abr. 2003.
- CODES – SISAL. Ata de Assembléia extraordinária de definição dos eixos do PTDR. Caldas do Jorro, set. 2003.
- CODES – SISAL. Ata de Assembléia Ordinária. Conceição do Coité, maio 2004.
- CODES – SISAL. *Projeto de ações imediatas e de construção do plano territorial de desenvolvimento rural sustentável do sisal*. Valente, maio 2005 (a).
- CODES – SISAL. *Plano de comunicação*. Valente, 2005 (b).
- Cogo, D. M. (1998). *No ar... uma rádio comunitária*. São Paulo: Paulina.
- Coutinho, C. N. (1981). *Gramsci – fontes do pensamento político*. V. 2; Porto Alegre: L&PM Editores.
- Cunha, E. da. (2002). *Os sertões*. São Paulo: Martin Claret.
- Downing, J. D. H. (2002). *Mídia radical – Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. Tradução de Silvana Vieira. São Paulo: Senac.
- FATRES. (2003). Programa Produzir: uma experiência de controle social em municípios do semi-árido baiano. Valente: FATRES.
- Freire, P. (1989). *Educação como prática de liberdade*. RJ: Paz e Terra.
- Freire, P. (2006). *Extensão ou comunicação?*. (13ª ed.) RJ: Paz e Terra.
- Fernandes, F. (2002). A revolução burguesa no Brasil. In: SANTIAGO, Silvano (Org) *Intérpretes do Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, v. 3, pp. 1.499 - 1846. Biblioteca Luso-Brasileira; Série Brasileira.
- Furtado, C. (2006). *Formação econômica do Brasil*. São Paulo: Fundo de Cultura.

- Gramsci, A. (2004). *Cadernos do Cárcere*. V. 2; edição e tradução de Carlos Nelson Coutinho. Co-edição de Luiz Sérgio Henriques e Marco Aurélio Nogueira. (3ª ed.). – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Gramsci, A. (1978). *Literatura e vida nacional*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Gohn, M. (2000). *Mídia, terceiro setor e MST: impactos sobre o futuro das cidades e do campo*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Gohn, M. (2006). *Teoria dos movimentos sociais: Paradigmas clássicos e contemporâneos*. (3.ed.). São Paulo: Loyola.
- ISER. (1997). *As comunidades de base em questão*. São Paulo: Paulinas.
- Leal, V. Nunes. (1997). *Coronelismo, enxada e voto: o município e o regime representativo no Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Lima, V. A. de. (1981). *Comunicação e cultura: as idéias de Paulo Freire*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Marx, K. (1977). A mercadoria: os fundamentos da produção da sociedade e do seu conhecimento (O Capital). In: Martins de Souza, J.; Foracchi, M. *Sociologia e Sociedade*. Rio de Janeiro: LTC, p. 53 – 90.
- Marx, K. (1997). The opinion of the journals and the opinion of people. The Civil War in the United States. In: Golding, P.; Murdock, G. (Eds.). *The political economy of the media*. Cheltenham, UK: The International Library of Studies in Media and Culture, v. 1.
- Martín-Barbero, J. (1997). *Dos Meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Martín-Barbero, J. (2004). *Ofício de Cartógrafo: travessias Latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Edições Loyola.
- MDA. (2005a). *Desenvolvimento Territorial na Bahia - Caderno Informativo: Conceitos e metodologias*. Salvador: Ministério do Desenvolvimento Agrário.
- MDA. (2005b, jan-jun.). *Territórios Rurais*. V.1, Brasília: Secretaria de Desenvolvimento Territorial - Ministério do Desenvolvimento Agrário.
- MDA. (2006, abr.). *Relatório de avaliação da composição e representatividade da institucionalidade de gestão no Território do Sisal, Estado da Bahia*. Feira de Santana. Secretaria de Desenvolvimento Territorial - Ministério do Desenvolvimento Agrário.
- MOC. (2001). *Relatório Anual de Atividades 2000*. MOC: Feira de Santana.
- MOC. (2002) *Relatório Anual de Atividades 2001*. MOC: Feira de Santana.
- MOC. (2003). *Relatório Anual de Atividades 2002*. MOC: Feira de Santana.
- MOC. (2004). *Relatório Anual de Atividades 2003*. MOC: Feira de Santana.
- MOC. (2005) *Relatório Anual de Atividades 2004*. MOC: Feira de Santana.
- MOC. (2004). *Marco Zero: Rádios Comunitárias. Programa de Comunicação do MOC, 2004*.
- MOC. Disponível em <http://www.moc.org.br> Acesso em jun-dez 2006 e jan-abr 2007.
- MOC. (2006, set.). *Como está a comunicação nas organizações sociais? Programa de Comunicação do MOC*.

- Nascimento Dias, A. (Coord.). (2005). *Rádios Comunitárias da Região Sisaleira da Bahia – Memória, Conjuntura e Perspectivas*. Relatório de Pesquisa. Salvador: MOC.
- Peruzzo Krohling, C. M. (1998). *A comunicação nos movimentos populares – a participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes.
- Prado Jr., C. (2002). Formação do Brasil contemporâneo. In: Santiago, S. (Org.). *Intérpretes do Brasil*. v. 3, Rio de Janeiro: Ed. Nova Aguilar, p. 1.105 - 1496. Biblioteca Luso-Brasileira; Série Brasileira.
- Ramos, A. & Nascimento, A. (2001) *Características culturais. Resgatando a infância. A Trajetória do PETI na Bahia*. Salvador: MOC/OIT/UNICEF.
- Ribeiro, D. (1997). *O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Rodríguez, J. (2005). Projeto comunicação juvenil. In: Esteves, S. (Org.). *Jovens Escolhas em Rede com o Futuro*. São Paulo: Umbigo do Mundo.
- Said, E. (1995). *Cultura e imperialismo*. São Paulo: Cia das Letras.
- Santos De Sousa, B. (Org.). (2002). *Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Santos, M. (2001). *Por uma outra Globalização: do pensamento único à consciência universal*. – (6.ed.). Rio de Janeiro: Editora Record.
- Santos, M. (2000). *Território e Sociedade. Entrevistas com Milton Santos*. (2ª-ed.). São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- Santos, M. (1993). *O espaço do cidadão*. São Paulo: Nobel.
- SEPLANTEC. (2002). Índice de Desenvolvimento Econômico e Social dos Municípios Baianos. Salvador: SEPLANTEC.
- Silva Bandeira de Mello, S. (2003). *Estudos sobre globalização, território e Bahia*. Salvador: UFBA. Mestrado em Geografia, Departamento de Geografia.
- Silva Bandeira de Mello, Sylvio. (2001). Reinventando o território: Tradição e mudança na região do sisal – Bahia. *Revista de Desenvolvimento Econômico*, 3(5). 5-16.
- Souza, J. (2003). *Crianças e adolescentes: futuro da região sisaleira da Bahia?* Feira de Santana: MOC/Unicef.
- Souza Rodriguez, J. (Org.). (2002). *Assistência técnica, extensão rural e o desenvolvimento regional sustentável no semi-árido – notas e reflexões de um estudo*. Feira de Santana: UEFS.
- SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA. (2002). O PIB da Bahia 1975-2000: metodologia unificada e análises setoriais. Salvador: Sei.
- Teixeira, E. C. (2002). *O Local e o global*. São Paulo: Cortez, Recife: Equipe : Salvador : UFBA.
- Teixeira, E. C. & Ribeiro, I. (Org.). (2001). *Políticas públicas e cidadania*. Salvador: UFBA (Série UFBA em Campo/ Debates).
- UNICEF. (2000). Situação mundial da infância.
- UNICEF. (2003). Crianças e adolescentes no semi-árido Brasileiro.
- Valente-BA, APAEB (Associação de Desenvolvimento Sustentável e Solidário da Região Sisaleira). Homepage. <http://www.apaeb.com.br>. Bass

Redes comunicativas para la construcción del desarrollo

César A. Rocha Torres¹
Elssy Y. Moreno P.¹
Ibeth J. Molina M.¹

5

RESUMEN

Se presentan los resultados de una investigación que partió del interés por realizar un proceso comunicativo donde las redes sociales se puedan articular entre los miembros de las juntas comunales de los municipios de Agua de Dios y Girardot (departamento de Cundinamarca, Colombia) y otros sujetos individuales y colectivos, para construir un capital social capaz de contribuir al desarrollo de este sector.

Palabras clave: Participación, redes sociales, capital social.

INTRODUCCIÓN

Este documento contiene los resultados de la investigación titulada: “La reconstrucción del capital social a partir de la constitución de redes de cooperación en una provincia de Cundinamarca”², que pretendió diseñar una red de desarrollo territorial como una alternativa para construir tejido social que sustente la convivencia y la comunicación en un territorio específico, asumiendo el desarrollo como la posibilidad de que los miembros de las juntas de acción

¹ Comunicadores Sociales. Docentes e investigadores de la Facultad de Ciencias de Comunicación de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - Uniminuto (Bogotá-Colombia). crocha@uniminuto.edu, elyamope@yahoo.es, ibethmol@gmail.com

² Fue seleccionado por el Departamento Administrativo de Ciencia y Tecnología de Colciencias (Convocatoria 331 de 2006, Cambio cultural, instituciones y educación para el desarrollo) y recibió su apoyo financiero.

comunal y la comunidad en general se hicieran partícipes de un proyecto colectivo, integral y sostenible de inter-aprendizaje. Creemos que el desarrollo, entonces, deberá partir de los intereses de los involucrados, sin privilegiar a ningún género en particular, con el fin de constituir poco a poco sujetos de desarrollo, que aprendan a interlocutar entre ellos.

Con este fin, se implementó una metodología participativa en cuatro fases. Las dos primeras fases buscaron diagnosticar la dinámica organizativa de cada municipio a partir de cartografía social, entrevistas semi-estructuradas y análisis de redes sociales. La tercera fase facilitó la identificación de los conflictos territoriales y su análisis colectivo a partir de las redes y escenarios de discusión. La cuarta buscó construir escenarios de significación por medio del análisis colectivo de los conflictos territoriales y generación de estrategias de gestión para algunos de ellos.

LOS RETOS DE LAS JUNTAS DE ACCIÓN COMUNAL DE AGUA DE DIOS Y GIRARDOT

A lo largo de la historia colombiana, las juntas comunales se han convertido en la organización social con mayor tradición. Son agrupaciones que contaron con un alto reconocimiento gracias a su “eficacia” política. Todos los comunales con los que interactuamos aseguran que en el pasado poseían mayor poder y reconocimiento.

María Teresa Uribe señala que su fortaleza se debió a lo que denominó “la negociación del desorden”. Es decir, a la habilidad y destreza para hacer posible lo que el Estado no fue capaz de lograr. Los comunales aprendieron a deambular por el desorden, no por el orden, dado que este nunca existió. En nuestro medio, el estado de bienestar no fue una realidad, nunca ha existido ni existe; de hecho, en Europa y Estados Unidos jamás se presentaron discusiones en torno al tipo de ciudadanos que somos los colombianos y en especial estos sujetos sociales (Kymilcka & Norman; 1997: 5-39).

Lo que estamos diciendo es que las organizaciones sociales, y concretamente las juntas comunales, no están constituidas por ciudadanos como aquellos que planteaba Marshall, para él, señalan Kymilcka y Norman, “la ciudadanía consiste en asegurar que cada cual sea tratado como un miembro pleno de una sociedad de iguales” (1997: 7). Entonces, los comunales fueron –y a veces siguen siendo– los ciudadanos del desorden, los ciudadanos que inter-

mediaron lo social con lo político y gracias a esta intermediación ganaron reconocimiento, poder, capacidad de negociación y recursos.

Hoy estos grupos comunitarios no ganan, al contrario, pierden. Su capacidad de negociación se ha ido menguando, especialmente desde la Constitución de 1991. Por la misma razón, el reconocimiento y el poder son cosa del pasado. Siguen siendo ciudadanos del desorden, pero ya sin legitimidad social ni política.

Las juntas basaron su accionar en la representación de los ciudadanos. En la actualidad, tal vez ese *saber-hacer* tenga que reformularse. La representación no va a desaparecer tan fácilmente, a lo mejor sea necesario que exista; sin embargo, la representación no puede reemplazar la participación; las dos pueden co-existir. Las juntas no han aprendido a propiciar la participación; en algunos casos podríamos decir que ellas mismas no han aprendido a participar. La dinámica de la participación necesita de unos ciudadanos distintos, que sean capaces de construir sentidos colectivos con los demás, que aprendan a contar con los otros, que se atrevan a generar procesos de cooperación entre distintos sujetos sociales; en últimas, que construyan un capital social capaz de pensar no sólo lo social sino lo público.

Al desempeñar la labor de “representantes” de las comunidades, las juntas ganaron, como ya vimos, pero esencialmente perdieron. Lograron crear el caos ordenado, lógica bajo la que se han construido muchos municipios en Colombia. Fueron protagonistas del desarrollo de estos, pero nunca lo pensaron como un proyecto territorial. Cuando tuvieron éxito, la negociación del desorden los ubicó en un espacio y en un tiempo muy concreto: el de los barrios o veredas, y el de los auxilios parlamentarios. Aprendieron a “resolver problemas” en ese espacio-tiempo, y con esos recursos, y gracias a ello, estos sectores y estos sujetos ganaron.

Sin embargo, pensamos que las juntas perdieron porque les costó trabajo aprehender el desarrollo, ya que su preocupación estuvo centrada en la construcción de los barrios y veredas, no en el fortalecimiento de la organización comunitaria. El desarrollo era asunto de otros, como las administraciones locales, regionales o municipales; perdieron de vista que el desarrollo es complejo y dinámico, que no es un asunto para “resolver”, sino para analizar, gestionar y construir.

Hoy el reto es participar en la construcción de procesos de desarrollo, en los cuales las juntas se puedan convertir en protagonistas. En estos procesos los *saberes – hacer* de los comunales adquieren otro carácter porque se ubican en otro plano: el plano de lo público. Por tanto, en este nuevo escenario, tal vez no sea pertinente pretender “resolver” problemas, sino intentar comprender las problemáticas y, más que eso, interpretar las dinámicas conflictivas territoriales, para luego sí pensar en la una gestión integral.

Las juntas han aprendido a transitar en la escala micro, han aprendido a “solucionar” problemas a lo largo de la historia, gracias a su capacidad de gestión en el desorden. Hoy esa capacidad se ha deteriorado. La mayoría de los conflictos en los que los comunales se involucran han traído más fragmentación y desconfianza al interior de la organización.

Entonces el reto es pasar de lo micro a lo meso –lo municipal–, pero sin dejar de mirar lo barrial y veredal; de lo simple a lo complejo en las relaciones posibles, y del problema personal a la problemática y a las dinámicas conflictivas en el territorio. Con lo anterior no estamos diciendo que el trabajo individual que se venía realizando no sea importante, al contrario, es necesario que se mantenga. Lo que decimos es que el desarrollo debe pensarse en diferentes escalas, y no en una sola, como lo señala Boaventura de Sousa Santos. Ya es hora de que las organizaciones sociales lo hagan también desde la escala municipal, y para ello no debieran desaprender lo aprendido en la escala barrial, pero sí interaprender (aprender con otros) acerca de lo que le es propio a la escala para, de esta manera, comprender el orden/desorden de su propia escala.

PENSAR EL DESARROLLO

La convivencia y la cooperación son esenciales para el desarrollo humano. Max-Neef, Elizalde y Hopenhayn (2000: 62) sostenían al respecto del desarrollo a escala humana que:

Integrar la realización armónica de necesidades humanas en el proceso de desarrollo significa la oportunidad de que las personas puedan vivir ese desarrollo desde sus comienzos, dando origen así a un desarrollo sano, auto-dependiente y participativo, capaz de crear los fundamentos para un orden en el que se pueda conciliar el crecimiento económico, la solidaridad social y el crecimiento de las personas.

Dos de las grandes necesidades humanas son confiar y convivir con otros. La cooperación es básica para que los individuos interactúen y construyan bienes públicos, la convivencia es necesaria para la vida en sociedad. Por eso, el enfoque del desarrollo a escala humana es más notorio y significativo si se activa y fortalece la escala micro, la escala natural de acción de las juntas comunales.

Otra escala de acción y reflexión es la macro. En esta se encuentran las problemáticas y los conflictos territoriales. Una problemática es la sumatoria de diversos problemas y la responsabilidad de resolverlas o abordarlas suele ser asumida por las administraciones municipales, desde una mirada disciplinar o fragmentada del desarrollo. Los conflictos territoriales son ante todo un proceso co-construido por los diferentes sectores y actores sociales, que le apuntan a una visión integradora del desarrollo, en la que la responsabilidad debe ser compartida (Estado – sociedad), y tiene lugar en las escalas meso o macro del territorio.

En esta escala es donde se produce, por ejemplo, la política pública; los comunales nunca la han despreciado, pero no la manejan bien, entre otras cosas, porque cambiar de escala es cambiar la realidad, es crear el fenómeno. Es decir, las realidades son distintas por las mismas características de la escala y por los ejercicios de poder que tengan lugar en ella.

Las habilidades, destrezas, conocimientos y aprendizajes de los comunales debieran ponerse en juego en esta escala pero, sin duda, es imprescindible adquirir otras competencias. La primera sería precisamente la capacidad de leer los fenómenos desde una óptica más compleja o, si se quiere, desde una perspectiva relacional. La segunda competencia tiene que ver con la capacidad de decidir en la esfera pública, y la mejor manera de lograrlo es por medio de la deliberación. Aprender a deliberar es aprender a argumentar y a decidir con otros sobre el presente y futuro de una región.

Asumir estas dos competencias implica una transformación en la cultura política; es asumir una postura frente al desarrollo. Por eso, para pensar el desarrollo se requieren tres elementos: primero, la posibilidad de la libertad de construir colectivamente el territorio, como lo propone Amartya Sen, hablando del desarrollo como libertad. Segundo, el abordaje de las problemáticas es una de las grandes prioridades del desarrollo sostenible y sustentable; lo importante para estas perspectivas de desarrollo es asumir las problemáticas desde la óptica de la contribución a un ambiente físico y

simbólico que redunde en la mejoría en las condiciones de vida. Y tercero, si asumimos lo que hemos llamado “conflictos territoriales”, estos “conflictos” no son más que la manera de asumir las diferentes realidades que se perciben en esta escala, pero de una forma completa, articulada y sinérgica. Los denominamos así porque constituyen una forma de leer y actuar en el contexto; estos pueden dinamizar una sociedad, todo depende de cómo se asuman. En ese sentido estaríamos adentrándonos en lo que Sergio Boisier ha llamado el desarrollo o capital sinérgico.

El capital sinérgico es, según Boisier, “la capacidad social o, mejor, la capacidad societal de promover acciones en conjunto dirigidas a fines colectiva y democráticamente aceptados, con el conocido resultado de obtenerse así un producto final que es mayor que la suma de los componentes” (Boisier, 2003). La idea de Boisier es que el desarrollo territorial se logre construyendo sinergias entre diversos capitales, como el económico, el cognitivo, el simbólico, el cultural, el institucional, el psicosocial, el capital social, el cívico y el humano.

El desarrollo no puede fragmentarse, debe estar concatenado; es sinergia, es articulación de todos estos capitales tangibles, pero especialmente de los intangibles. Por eso, tal vez el papel más significativo de las juntas comunales en esta escala es el de servir de puente para que esos capitales sean reconocidos, deliberados y producidos sinérgicamente en la gestión territorial.

Lo importante aquí es reconocer el valor de la gestión en las escalas del desarrollo. La escala micro es fundamental para la potenciación del desarrollo humano. Los aprendizajes más significativos, retomando a Ausubel, se generan en el ambiente más inmediato, más próximo. La macro, en cambio, es un espacio en el que puede ser más decisiva la libertad de los sujetos de autodeterminar su destino, el lugar desde el cual es más viable producir sinergias en el desarrollo, y desde donde se pueden potenciar proyectos y procesos que gestionen los conflictos del territorio. En últimas, las escalas del desarrollo son niveles de actuación y de reflexión dentro de un mapa territorial. Los mapas y las escalas necesitan no sólo diseñarse, sino vivirse en el marco de la esfera pública.

Como vemos, aquí la participación tiene apellido: participación en lo público. El centro de esta propuesta es la construcción de lo público, pero para hacerlo posible es indispensable que la gente se articule participando. En nuestra opinión, participar implica reconocer el interés del otro y validar-

lo, tener la capacidad de generar proyectos colectivos, construir un tejido social medianamente fuerte y, básicamente, confiar en el “otro” y que ese “otro” confíe en “uno”, todo esto para construir un fin público. Es decir, cuando a la participación se le da el apellido “público” se carga de sentido porque implica el establecimiento de un propósito, de una ruta: la vía de lo público.

LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

El desarrollo se ha pensado desde diferentes disciplinas y escenarios, por lo tanto, existen diversas posturas y enfoques; buena parte de estos últimos se relacionan directamente con los modelos económicos vigentes en cada época, con las políticas transnacionales y con los paradigmas del conocimiento. Estas múltiples visiones del desarrollo han terminado creando escisiones entre los enfoques, porque cada uno privilegia ciertos elementos significativos desde su propuesta, por eso nos preguntamos: ¿qué han generado estas visiones fragmentadas del desarrollo en nuestras realidades? ¿Es posible pensar en un modelo de desarrollo que trascienda las diferencias y articule los modelos de acuerdo con la complejidad y necesidades de los sistemas sociales? ¿Cómo la comunicación favorece o produce el desarrollo?

Para comprender y dinamizar el desarrollo en esta época contemporánea es indispensable y prioritario redefinir la esfera pública y la esfera privada. En nuestra opinión, la esfera pública la podemos asumir como aquello que nos beneficia a todos, y la esfera privada, aquello que tiene que ver con uno, con el individuo.

O sea, asuntos como la seguridad, la economía, la cultura, la convivencia, etc., son inherentes a la esfera pública. Pero además, los capitales que una sociedad produce –tomando a Bourdieu– (como el simbólico, el natural, el cultural, el tecnológico, el científico, etc.) se convierten también en elementos clave para la comprensión de la esfera pública. Es decir, una sociedad no entendería cuál es el estado de la esfera pública si no analiza cómo se constituyen cada uno de estos capitales.

Igualmente, la dinámica de constitución de estos capitales nos da una idea de la forma como se estructura la esfera privada. Esta esfera se hace visible en cada individuo a partir de la relación que este posea con la construcción de alguno de los capitales. Por ejemplo, si el capital cultural de un indivi-

duo se ha constituido en mayor medida en la interacción con las tecnologías de la información, es probable que su interés sea muy particular; pero, de igual forma, en ese mismo caso, otro individuo podría optar por un interés más colectivo.

Es decir, la esfera privada puede nacer y desarrollarse con expectativas y acciones individuales o colectivas. En esta concepción hay una diferencia fundamental con la época antigua. La esfera privada no es un espacio de privación, sino de desarrollo individual o colectivo, partiendo desde los intereses privados. Las juntas comunales han estado pisando las dos esferas. A veces transitan más en una que la otra.

Ahora, ¿la esfera pública contiene a la privada? Desde nuestra perspectiva son dos cosas distintas. La esfera pública es construida desde los intereses públicos que nacen de la constitución de los capitales simbólicos. La esfera privada se constituye desde los intereses privados para desarrollarse individual o colectivamente.

Sin embargo, es posible pasar de la esfera privada a la pública, y de la pública a la privada. Un interés individual o particular puede alcanzar el nivel de interés público a partir de los *habitus*³ comunes en los que estén involucrados los sujetos, de la perspectiva que se maneje y del contexto en el que se desenvuelva. De igual forma, el interés público puede permear la perspectiva individual de algún sujeto acerca de su presente o su futuro.

La esfera pública se puede construir desde la esfera privada, pero no siempre es así; es más, casi nunca se logra. La esfera pública no tiene “doliente”, no se genera ni desde lo individual ni desde lo colectivo. En una sociedad como la nuestra, lo individual y lo colectivo generalmente benefician el interés particular y no el público.

No hemos podido crear micromotivaciones para cautivar el interés individual; ni macromotivaciones, y de esa forma captar el interés colectivo, que articulen la esfera privada con la esfera pública. Probablemente aún no hayamos notado que lo privado posee una dimensión pública, y que tal vez,

³ Para Bourdieu, es el conjunto de esquemas desde los cuales los sujetos perciben el mundo y actúan. Estos se han constituido históricamente y suponen la interiorización de la estructura social, del campo concreto de relaciones.

la clave esté en lograr identificarla para construir nexos con otros sujetos con intereses distintos.

Si queremos un país con un proyecto de desarrollo que incorpore los saberes, destrezas, competencias, expectativas e intereses de los ciudadanos –entre ellos los miembros de las juntas de acción comunal–, tenemos que construir lo público. Como se veía en la antigüedad, lo común hace parte de la esfera pública, pero si lo común no existe o por lo menos no es muy claro, entonces habrá que identificarlo o producirlo en el territorio. Lo público se genera desde lo común, tiene que ver con los campos –volvemos con Bourdieu – pero se alcanza con la relación entre ellos y con el paso del interés privado al público⁴.

¿Cuál es el papel entonces de la comunicación frente a lo público? Creemos, acogiéndonos a lo expresado por Jorge Iván Bonilla (2003), que una de las funciones fundamentales de la comunicación es la visibilización de la democracia y de los ciudadanos. Aquí entramos en el asunto del reconocimiento. Si los medios hoy están desplazando la plaza pública, ¿a quién están reconociendo como ciudadanos?

Una de las misiones que los medios tienen en el presente es contribuir a construir lo común; es decir, su papel pasa por el reconocimiento de los distintos, de las percepciones, de los capitales simbólicos y de los *habitus* que conforman una sociedad, y desde ahí ayudar a identificar los nexos, las líneas o los ámbitos de confluencia que, por supuesto, tendrían que ver con el mundo de lo público.

Pero también consideramos que una función clave de la comunicación hoy es precisamente propiciar el diálogo, pero más que eso, la deliberación. Para construir lo público es necesario contar con ciudadanos interesados en esa esfera. La deliberación puede ser uno de los espacios en los cuales el interés individual o colectivo pase a convertirse en público. “La deliberación alude a una clase especial de discusión, dice James Fearon, que implica la seria y atenta ponderación de razones a favor y en contra de determinados cursos de acción” (Elster, 2001).

⁴ Rafael Ávila habla de que los campos, en Bourdieu, no se restringen a la metáfora del campo de fuerzas a las relaciones sociales de producción, y supone que acogen diferentes tipos de relaciones entre los actores.

La deliberación, a diferencia de la discusión, implica la toma de posición en un plano público. Hablamos entonces de la generación de escenarios donde se delibere sobre los asuntos públicos, pero sin dejar de lado los intereses individuales o colectivos; justamente en dicho escenario se redefinirían esos intereses.

El desarrollo y la generación de lo público van de la mano. No puede existir el uno sin el otro. En la medida en que las acciones y el pensamiento colectivo se desenvuelvan en el plano de lo público, el desarrollo de las regiones y del país se fortalecerá, de lo contrario, la desigualdad social seguirá incrementándose como hasta ahora.

La comunicación para el desarrollo hoy en día es un campo de conocimiento. Sin embargo, sólo se constituye como tal en la medida en que se ponga a disposición de los otros campos. Es decir, el primer propósito de esta comunicación es contribuir a la articulación de los diversos campos del conocimiento y del saber hacer. No se trata de una comunicación distinta, sino una que se ponga a disposición de la construcción del mundo de lo público, a través de la articulación de los sujetos y de sus capitales.

El segundo y último propósito de la comunicación para el desarrollo es la generación del capital social para que se pueda construir lo público. Es decir, lo público necesita de actores que se hagan responsables de este, ciudadanos interesados en esa esfera y articulados para ese propósito.

Los miembros de las juntas comunales de estos municipios, en ocasiones se interesan en lo público, pero también en lo privado. Han deambulado entre las dos esferas y continúan haciéndolo, a partir de los conocimientos o destrezas que han adquirido en la cultura política municipal, la cual no siempre transita en la cooperación o en la acción colectiva.

El reto entonces es superar el umbral de la representación (que los delegados de la juntas hacen tan bien) para construir con otros actores del municipio nuevos sentidos de la participación política, que le apunte a la gestión territorial desde el ámbito privado y público en inter-relación continua, es decir, fortalecer el capital social desde una óptica productiva en el campo de lo público.

A nuestro juicio, la reconstrucción del capital social y la construcción de lo público son los dos elementos fundamentales de una comunicación que le apuesta a un desarrollo humano y sinérgico, y que en palabras de Boisier,

lo saque del campo del azar para ponerlo en las manos de la sociedad, de una forma coherente con las necesidades propias del territorio.

CAPITAL SOCIAL

¿Y de qué hablamos cuando nos referimos al capital social? Una comunidad o una institución poseen un capital social si comprenden la contribución de sus miembros a la realización de proyectos que busquen aminorar los problemas sociales. Capital social siempre ha existido pero, como lo percibimos en la realidad de estos municipios, está resquebrajado por la paulatina deslegitimación y desinstitucionalización de las juntas comunales.

En la actualidad, nos vemos abocados a crisis de diversas índoles; en ocasiones parece que todas las instituciones que durante siglos han cimentado la sociedad están en un proceso conflictivo. Sin lugar a dudas, el tejido social ha sido el más afectado, su debilitamiento es innegable, pues cada vez nos cuesta más hacernos responsables de “las crisis” en las que estamos involucrados. Probablemente la idea de la situación crítica asuste a muchos, pero es tal vez la oportunidad histórica que se presenta haciendo emergente la necesidad de re-pensar y re-configurar las formas de relacionarnos con los otros, de asumir el desarrollo, de construir unos proyectos colectivos; en últimas, la urgencia de fortalecer y configurar el capital social desde otros lugares posibles.

Aunque el concepto de capital social suele asociarse con la idea del tercer sector, autores como Bourdieu, Coleman, Hirschman, Fukuyama y Putnam, desde perspectivas distintas, han hecho un acercamiento a dicho concepto.

Robert Putnam plantea que el concepto de capital social, “se refiere a las características de la organización social, tales como la confianza, las normas y redes, que pueden mejorar la eficiencia de una sociedad mediante la facilitación de las acciones coordinadas” (Putnam; 1994: 213.). Esta forma de asumirlo reconoce que es un atributo de las comunidades, que tiene lugar en lo colectivo, en la construcción de las relaciones sociales; por lo tanto, evidencia la necesidad de reconocer los dilemas de la acción colectiva.

Aunque consideramos que los aportes de Putnam son los más significativos (al menos en función de los propósitos de este proyecto), para nosotros, el capital social es un proceso de legitimación social que tiene lugar en la

interacción y la interlocución, en el que se construyen redes de relaciones (asimétricas y exocéntricas) que se sustentan en la calidad de estas últimas, no en la cantidad de vínculos que tengan. El capital social evidencia el paso de actor social a sujeto colectivo, de tal manera que se convierte en uno de los elementos clave del desarrollo territorial.

En cuanto a los elementos que lo constituyen y caracterizan podemos enunciar los siguientes:

- Los actores sociales en él son ante todo agentes racionales.
- Crea el contexto y depende de aquel que se produzca por fuera.
- Se puede re-configurar permanentemente en el escenario de lo público.
- Es conflictivo porque en él se juegan relaciones. Siempre que exista relación, el conflicto será una posibilidad.
- Requiere de la construcción de vínculos fuertes de confianza. Mientras la confianza no sea sólida, es muy difícil pensar en la sostenibilidad social de los procesos de articulación.
- Propende por la generación de acciones colectivas, cooperativas; por lo tanto es fundamental en la vida asociativa.
- Requiere de mecanismos de autorregulación, como son las reglas de juego, propias de la construcción de relaciones sociales.

LAS REDES COMUNICATIVAS COMO HERRAMIENTA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LO PÚBLICO

Queda una pregunta: ¿cómo se produce esta reflexión–acción en las dos escalas del desarrollo? Creemos que es a partir de la generación de redes comunicativas, donde comunicar es construir sentidos y significaciones que produzcan lo público, por medio del robustecimiento de las acciones colectivas.

Lo que buscamos en Agua de Dios y Girardot es que estas redes se conviertan en los escenarios en los cuales se presenta el juego comunicativo. Un escenario en el que se comparten lenguajes comunes o no comunes, simbolizaciones, lógicas, subjetividades y racionalidades. Las redes comunicativas

serían el espacio de construcción de marcos de interpretación sobre lo social con diversos actores.

Cuando hablamos de una red comunicativa para el desarrollo estamos apostándole a varios propósitos; el primero de ellos es la construcción de sinergias entre los miembros de la red. Eric Sommer define sinergia como “un sistema de interacciones entre dos o más actores o centros de acción”. La sinergia surge cuando dos seres interactúan o trabajan juntos de cualquier manera y por cualquier razón. La producción de sinergia social es una producción compleja que tiene lugar en un territorio específico con sus particularidades (Boisier, 2003:7).

La sinergia es una acción combinada de dos o más agentes, resultando mayor esta que la suma de las acciones individuales de cada uno de ellos. Las sinergias se alcanzan, entonces, construyendo puentes entre las macromotivaciones –del desarrollo regional, por ejemplo– con las micromotivaciones del desarrollo humano.

Así mismo, las sinergias se alcanzan por medio de la cooperación y de la confianza. Estos dos elementos claves del capital social se producen en la interacción y en la relación. La interacción es un proceso de construcción de significados compartidos, y gracias a ese proceso existe una relación. De igual modo, la relación es un proceso dinámico, construido por las partes. La cooperación se obtiene gracias a una relación de confianza generada entre varios y a unas interacciones en las que valores como la participación, la reciprocidad y el apoyo mutuo se convierten en significados compartidos. La confianza se adquiere en las relaciones en las que prime la sinceridad, la lealtad, la libertad y la autonomía, y a unas interacciones en las que se exprese la cooperación, la acción colectiva no sólo presente sino futura, y la necesidad del “otro” para la construcción de un “yo” y de un “nosotros”.

El segundo propósito tiene que ver con la articulación de los diferentes factores que inciden en el desarrollo del territorio. Es decir, se asume a la red como un espacio en el que se generen las relaciones necesarias en el marco de un sistema de desarrollo. Todos los elementos son claves en el desarrollo, cada uno debe activarse de manera simultánea para que la calidad de vida mejore y sea más equitativa. La red comunicativa es precisamente el lugar donde diversos actores u organizaciones construyen conocimiento sobre el territorio complejizándolo, es decir, relacionándolo entre sí, ampliándolo (en términos simbólicos y relacionales) y diversificándolo cada vez más.

La tercera función de la red comunicativa es la interlocución entre las escalas del desarrollo. El desarrollo se produce en distintos escenarios de significación, que hemos llamado aquí escalas. Como ya vimos, las escalas tienen sus propias “realidades” que son tangibles. En la red pueden participar diversos actores, es decir, se puede convertir en el espacio en que todos estos actores comprendan la necesidad de validar los saberes sociales, provengan de una escala o de otra.

Y la cuarta función de la red comunicativa es la generación de un tejido para construir un desarrollo humano, social y sinérgico. Es decir, la red es el espacio en que los actores sociales, a partir de una dinámica de interacciones, relaciones e interrelaciones, se convierten en sujetos o agentes del desarrollo municipal, regional, nacional o internacional.

Este es un proceso comunicativo que debe comenzar desde el presente –tal como se inició en Agua de Dios y Girardot– para que el mañana se produzca y no sólo exista, y para que el desarrollo se genere desde abajo, desde los intereses, necesidades y expectativas de diversos sectores que tradicionalmente no han sido tenidos en cuenta.

Si logramos crear capital social a través de la constitución de redes comunicativas, estaremos construyendo presente y futuro para los habitantes de esta región, dado que en la interlocución producida se alcanzaría la apropiación territorial y, por tanto, la participación e incidencia en las decisiones sobre lo público.

BIBLIOGRAFÍA

- Boisier, S. (2003). “¿Y si el desarrollo fuese una emergencia sistémica?”, publicado *Reforma y Democracia*, 27. Caracas. En línea: <http://www.yorku.ca/ishd/CUBA.LIBRO.06/DEL/CAPITULO 3.pdf>
- Bonilla, J. I. (2003). Apuntes sobre medios de comunicación, esfera pública y democracia, en: Varios. *Comunicación para construir lo público*, Bogotá: Convenio Andrés Bello, XII Congreso Latinoamericano de Estudiantes de Comunicación Social.
- De Sousa Santos, B. (1991). *Estado, derecho y luchas sociales*. Bogotá: ILSA.
- Elster, J. (Comp.) (2001). *La democracia deliberativa*, Barcelona: Gedisa.
- Kymilcka, H. & Norman, W. (1997). “El retorno de la ciudadanía. Una revisión de la producción reciente en teoría de la ciudadanía”, en: *La Política. Revista de Estudios sobre el Estado y la sociedad*, 3.

- Max-Neef, M., Elizalde, A. & Hopenhayn, M. (2000). *Desarrollo a escala humana. Una opción para el futuro*. Medellín: CEPUR, Fundación Dag Hammarskjöld.
- Putnam, R. (1994). *Para hacer que la democracia funcione*. Caracas: Galac.
- Sen, A. (1999). Introducción. El desarrollo como libertad, Capítulo 2: Los fines y los medios del desarrollo, en: *El desarrollo como libertad*. Bogotá: Planeta.
- Velásquez, F. & González, E. (2003). *¿Qué ha pasado con la participación ciudadana en Colombia?* Bogotá: Fundación Corona, Fundación Social, Foro Nacional por Colombia, Banco Mundial, CIDER, Universidad de Los Andes, Corporación Región, Corporación Viva La Ciudadanía, Corporación Transparencia por Colombia.

A construção de vínculos e coletivos em territórios digitais: O caso Recomsol - Rede de Comunicadores Solidários



Juciano de Sousa Lacerda¹

RESUMO

Este texto é parte de uma pesquisa, apoiada pela Capes, que investiga o processo de Comunicação dos membros da Rede de Comunicadores Solidários à Criança (Recomsol), cujo objeto é a lista de discussão via internet denominada <Comunicalist@>. Vislumbramos a <Comunicalist@> como um novo lugar de produção de significações da Recomsol, em cujo ambiente digital os participantes: a) desenvolvem táticas e estratégias de Comunicação, b) fazem usos e apropriações específicos e c) desenvolvem e fortalecem sentidos de pertencimento ao grupo a partir do modo digital. É sobre esse último tema que se centra o relato agora apresentado, cujo objetivo é definir os vínculos identitários e o tipo de coletivo construídos nas interações entre os membros da Recomsol no território digital.

Palavras-chave: Comunicação em ambientes digitais. Solidariedade. Redes sociais de Comunicação.

¹ Professor do Curso de Comunicação Social e pesquisador do Núcleo de Estudos em Comunicação (Necom) no IELUSC, Joinville-SC. Doutorando em Ciências da Comunicação PPGCom/Unisinos (bolsista Capes). Membro do Grupo de Pesquisa Processos Comunicacionais do PPGCom/Unisinos, inscrito no CNPq.

INTRODUÇÃO

As redes de Comunicação se expandiram, desenvolveram-se tecnologicamente, gerando um mundo de canais, cabos, satélites, fibras óticas, transmissores multifuncionais que se entrecruzam, sobrepõem-se. A convergência das várias tecnologias computacionais, microeletrônica e telecomunicações, na síntese digital,² indica que o século XXI vá continuar com o movimento incessante que tomou propulsão na metade do século XX, da máquina-Comunicação, da ciberComunicação em que a ordem é “estar conectado ou conectar-se”.³ O discurso sobre Comunicação em rede/redes de Comunicação digital desenvolveu duas tendências: 1) decretar o fim da Comunicação⁴ e 2) propagar a era da Comunicação universal.⁵ O desafio de compreender o fenômeno das redes de Comunicação digitais é o de distanciar-se dessa polaridade e conduzir o olhar para a complexidade materializada na produção de sentido dos atores sociais que delas fazem uso.

Um desses atores surgiu da aproximação entre a Pastoral da Criança⁶ e a União Cristã Brasileira de Comunicação (UCBC): a Rede de Comunicadores Solidários à Criança,⁷ cuja ação abrange 23 Estados⁸ e contribuiu para constituir o que é hoje, com seus limites, claro, o modelo comunicacional voltado para a mobilização social da Pastoral da Criança e para o fortalecimento da imagem dessa organização no conjunto de seu voluntariado e na sociedade brasileira.

² Dênis de Moraes. *O concreto e o virtual*. Rio de Janeiro, DP&A Editora: 2001a.

³ Lucien Sfez. “As tecnologias do espírito”. In: Francisco Menezes Martins e Juremir Machado da Silva (org.). *Para navegar no Século XXI – tecnologias do imaginário e cibercultura*. 2ª ed., Porto Alegre: Sulina, 1999.

⁴ Podemos citar Paul Virilio (1999), Jean Baudrillard (1997) e Lucien Sfez (1999).

⁵ Nesta linha, temos Pierre Lévy (1999), Nicholas Negroponte (2000) e Daniel Bougnoux (1999).

⁶ A Pastoral da Criança é um organismo de ação social da CNBB que acompanha mensalmente mais de 76 mil gestantes e 1,6 milhão de crianças carentes menores de seis anos. São mais de 155 mil voluntários que combatem a mortalidade infantil, reduzida a menos da metade da média nacional nas 32.743 comunidades acompanhadas.

⁷ São mais de 500 comunicadores profissionais e populares, que prestam um serviço voluntário em três áreas de ação no campo da Comunicação: agendamento social da mídia, implementação de programas de rádio nas emissoras locais, tratando de temas relacionados à saúde, nutrição, educação, cidadania e ao desenvolvimento da criança, e uso de técnicas de Comunicação pessoal e grupal nas comunidades, incluindo vídeos, materiais educativos, teatro, dinâmicas de reuniões, entre outros.

⁸ Dados de janeiro de 2003.

O que nos interessou na totalidade da pesquisa⁹ foi investigar o processo de Comunicação da Rede de Comunicadores Solidários à Criança (*Recomsol*), e, especificamente, a produção de significações construídas nas interações entre os membros desta rede social de Comunicação. Propomos que o processo de Comunicação entre os membros da *Recomsol* – que até o ano de 1997 se constituía nos encontros presenciais, por telefone e por cartas – sofreu transformações nas operações de produção e reconhecimento de sentidos quando um novo meio de Comunicação se fez palco e cenário de expressão de suas práticas comunicacionais cotidianas: a <Comunicalist@>, uma lista de discussão¹⁰ no ambiente digital do suporte midiático internet.

Nessa perspectiva, vislumbramos a <Comunicalist@> como um novo lugar de produção de significações da *Recomsol*, em cujo ambiente digital os participantes desenvolvem táticas e estratégias de Comunicação, fazem usos e apropriações específicos e desenvolvem e fortalecem sentidos de pertencimento ao grupo a partir do modo digital. É sobre esse último tema que se centra o relato que agora apresentamos, cujo objetivo é definir os vínculos identitários e o tipo de coletivo que são construídos nas interações entre os membros da *Recomsol* no território digital.

À complexidade do concreto¹¹ – observação da <Comunicalist@> e dos ambientes do encontro presencial, interação com os sujeitos da pesquisa e

⁹ Durante o mestrado em Ciências da Comunicação no PPGCOM da Unisinos, entre 2001 e 2003, com apoio da Capes.

¹⁰ Qualquer grupo de pessoas que se associam para trocar, por meio de correio eletrônico, informações ou opiniões sobre determinado tema ou com propósito específico, inscrevendo-se, para isso, numa lista de usuários (ditos membros ou assinantes) cujos endereços constam de um programa especial de distribuição de mensagens. São consideradas como uma espécie de publicação ou foro virtual. Seu acesso pode ser restrito a apenas algumas pessoas autorizadas.

¹¹ Durante a pesquisa, passamos a compreender nossa postura a partir da visão metodológica, sistematizada por Karl Marx, de que o pesquisador é que se eleva até o concreto, o campo de pesquisa, em busca de apropriar-se deste e produzi-lo como concreto espiritual, a representação. Karl Marx. *Contribuição para a crítica da economia política*. Lisboa, Editorial Estampa: 1977, pp. 228-229.

coleta de materiais – procuramos responder com uma pluralidade de métodos¹² (observação etnográfica, documentação de *e-mails*, entrevistas em profundidade, questionário *online*), procedimentos flexíveis (entrevistas por *e-mail*) e mestiçagem dos processos, pois brechas nas entrevistas em profundidade tiveram que ser complementadas por *e-mail*, mas o próprio correio-eletrônico mostrou-se limitado com um dos entrevistados, que pouco acessava a internet, o que nos levou a entrevistá-lo por telefone. Assim, dos quatro modos de Comunicação da *Recomsol*, pudemos trabalhar com três para realizar a própria pesquisa: o presencial nos encontros e entrevistas, o correio-eletrônico e o telefone, movimento que nos levou a pensar sobre a relação modos de Comunicação e formas de expressão que, diante da necessidade de fazer opções e recortes, não foi possível aprofundar na análise.

COLETIVOS E VÍNCULOS IDENTITÁRIOS: SENTIDOS DE SOLIDARIEDADE

Na primeira metade do século XX, o “modo de vida urbana” – e “metropolitano” – foi ricamente estudado pela sociologia clássica, por autores como Georg Simmel (1902), Robert E. Park (1916) e Louis Wirth (1938), como “mecanismo sociotecnológico” – produzido pela técnica moderna, pelos meios de Comunicação e de transporte – que afeta a vida mental dos indivíduos e a ecologia urbana.¹³ Esses autores buscam compreender a complexidade da cidade observando processos de formação de cadeias (*network*), conexões, isolamentos e centralização nas relações entre indivíduos e grupos sociais proporcionadas pelo mapa urbano moderno. A cidade, para Milton Santos, é onde se concretiza a noção de sociedade global, que é abstrata, pois “ubiquidade, aldeia global, instantaneidade são, para o homem comum, apenas uma fábula. Para o homem comum, o Mundo, mundo concreto,

¹² No conjunto, realizamos cinco entrevistas em profundidade com Francisco Morais, comunicador popular e mestre em Linguística (Recomsol-RN), Nanci Alves, jornalista e radialista (Recomsol-MG), Kátia Pichelli, jornalista (Recomsol-PR), Jessé Silva, radialista (Recomsol-PI) e Ribamar Souza, comunicador popular e filósofo (Recomsol-GO). Realizamos a pesquisa de campo do ambiente presencial em dois momentos. O primeiro foi o encontro nacional da *Recomsol*, realizado em Curitiba (PR), nos dias de 15 a 18/11 de 2001, e o segundo foi o do encontro de capacitadores nacionais, em Curitiba, entre 29/05 e 02/06, de 2002. Dos 50 que acessam a <Comunicatist@> somente 20 responderam ao questionário *on line*, sendo que nove eram homens e onze, mulheres. 12 são jornalistas, 2 são professores e os demais: três são estudantes, um publicitário e um é formado em administração.

¹³ Os artigos desses autores referentes à questão estão publicados em português por Otávio Guilherme Velho na coletânea: *O Fenômeno Urbano*. Zahar, 1979.

imediatO, é a cidade, sobretudo a MetrÓpole”.¹⁴ Por mais que se fale, hoje, de um “tempo-mundo”, concretamente o que se dá é uma “temporalização prática”, ou seja, “interpretação particular do Tempo por cada grupo, cada classe social, cada indivíduo”.¹⁵ Da mesma forma, as tecnologias disseminadas na sociedade, os objetos técnicos, não têm um tempo por si só, e, por mais que queiram impor sua temporalidade, o “tempo da técnica” é descoberto com maior ou menor velocidade. E alguns homens têm mais rapidez que outros homens¹⁶.

Segundo Milton Santos, é na cidade, no local, onde os homens e o Mundo se movem. E, quando os homens se movem, percebem não estar sozinhos, mas presentes com, e descobrem a heterogeneidade. “A co-presença ensina aos homens a diferença. Por isso, a cidade é o lugar da educação e da reeducação. Quanto maior a cidade, mais numeroso e significativo o movimento e mais vasta e densa a co-presença e também maiores as lições e o aprendido”.¹⁷ Ou seja, o espaço local é necessário para que o homem consiga desenvolver o sentido de global, e só pode existir uma noção de tempo global a partir da experiência de temporalidades locais, cotidianas. É interessante que Milton Santos valoriza o tempo dos lentos, ou seja, dos homens comuns (migrantes, pobres etc.), que conseguem experimentar, sentir e aprender a cidade muito mais do que aqueles que estão inseridos na mobilidade do sistema, que ele denomina de tempo prático-inerte. Estes, por estarem presos a uma visão sistematizada e pré-fabricada, não se abrem ao contraditório e à criatividades do cotidiano¹⁸. Podemos dar como exemplo os executivos que estão sempre se movendo, vivem essa realidade global, mas sempre procuram a estabilidade de objetos técnicos que são reconhecíveis, como se nunca tivessem saído de seu lugar, ou seja, uma realidade opaca. O migrante, o pobre, ao contrário, tem mais tempo para ver e sentir as diferenças, de tempo e espaço, e reconhecer o diferente. E, aqui, abre-se a possibilidade de uma nova solidariedade, “fundada nos tempos lentos da metrÓpole e que desafia a perversidade difundida pelos tempos rápidos da competitividade”¹⁹ do espaço-mundo, caracterizado na perspectiva do mercado, que, mais do que aproximar, busca unificar.

¹⁴ Milton Santos. *Técnica, espaço, tempo*. S. Paulo, Hucitec: 1994, p. 82.

¹⁵ *Ibidem*, p. 83.

¹⁶ *Ibidem*, p. 83.

¹⁷ *Ibidem*, p. 83.

¹⁸ *Ibidem* pp. 83-86.

¹⁹ *Ibidem*, p. 86.

É como reforça Jesús Martín-Barbero, inspirado em Milton Santos, ao afirmar que as novas tecnologias de Comunicação, ao transformar o sentido do lugar no mundo, ao torná-lo cada vez mais intercomunicado, geraram uma opacidade²⁰ com dois vértices. De um lado, “o que hoje é unificado a nível mundial não é uma vontade de liberdade, mas de domínio, não é o desejo de cooperação, mas de competitividade” e, por outro lado, esta opacidade remete “à densidade e compressão informativa que introduzem a virtualidade e a velocidade em um espaço-mundo feito de redes e fluxos e não de elementos materiais”.²¹ Como consequência desta configuração de mundo tem-se a debilidade das fronteiras nacionais e locais, transformando “os territórios em pontos de acesso e transmissão, de ativação e transformação do sentido do comunicar”.²² Desta forma, para recuperar o sentido da Comunicação humana, é preciso redescobrir as significações de local.

É impossível habitar o mundo sem algum tipo de enclave territorial, de inserção no local. Já que é no lugar, no território, onde se desdobra a corporeidade da vida cotidiana e a temporalidade – a história - da ação coletiva, que são a base da heterogeneidade humana e da reciprocidade, características fundantes da Comunicação humana. Pois, ainda atravessado pelas redes do global, o lugar segue feito de tecido das vizinhanças e das solidariedades, o que exige por claro que o sentido do local não é unívoco (Martín-Barbero, 1999, p. 1)

É nessa trilha que procuramos abordar os vínculos identitários construídos na prática comunicativa da *Recomsol*, reconhecendo que, antes de tudo, há um sentido de local, primeiro, marcado pela territorialidade do sujeito individual e pelas características de sua ação coletiva no lugar. Ou seja, o comunicador tem uma vivência cotidiana local, constituída de valores construídos, de uma busca pessoal e necessidades comunicacionais individuais que encontraram identificação com uma ação coletiva possível de realizar em seu lugar – aproveitar sua experiência no campo da Comunicação para promover uma ação voluntária no campo da saúde materno-infantil. É no

²⁰ Lucien Sfez também trata dessa opacidade da Comunicação contemporânea, com base nos sistemas tecnológicos altamente desenvolvidos. “*Pouco a pouco, essas máquinas invadiram o lugar, de tal sorte que, por detrás dessa tela, esquecemos o que significa comunicar*”. Cf. Lucien Sfez. *Crítica da Comunicação*. Loyola: São Paulo, 1994, p. 48.

²¹ Jesús Martín-Barbero. *Comunicación y solidaridad en tiempos de globalización*. Conferencia no 1º Encontro Internacional de Comunicadores Católicos. <www.jmcommunications.com/spanish/barbero.html>, 1999, p. 1.

²² *Ibidem*, p.1.

seu território, *a vizinhança*, em que vai atuar: junto a pessoas que conhece, enfrentar a sua cidade ou seu estado e os problemas sociais que lhe são característicos e negociar com meios de Comunicação em que atua ou com os quais tem relações.

Ao mesmo tempo, a Comunicação possibilita o tecido das solidariedades; ou seja, o reconhecimento de que não se está só, que outros compartilham dos mesmos ideais e realizam práticas semelhantes. Essa solidariedade é produzida tanto a partir de contiguidades e continuidades, de novo a vizinhança, como da ação empreendida a partir de áreas distantes, mas não isoladas,²³ cujas trocas são reais e simbólicas. Primeiro, porque essa solidariedade gera uma nova territorialização, em fluxo e temporária,²⁴ mas presencial, corpórea e recíproca, que são os encontros presenciais da *Rede*, ou seja, em que de fato há uma presença física dos sujeitos em interação. Segundo, porque constituíram novas formas de estar juntos, como é o caso do ambiente digital, a <Comunicatist@>, no espaço-informacional, em que o comunicar “conduz a um intercâmbio de símbolos e de sentidos”,²⁵ ou seja, não é instrumentalizado. Esse movimento, em que a solidariedade, primeiro, se dá no presencial para depois se ampliar no ambiente digital é um diferencial da *Recomsol* quanto ao movimento de vinculação que mais se credita como positivo nas redes digitais: da conexão digital ao encontro, do encontro presencial à ação²⁶.

As diferentes formas de expressão, as competências comunicativas desenvolvidas pelos membros da *Recomsol* nesses ambientes de Comunicação apontam para uma abertura ao outro, para uma vontade de dizer-se de si através de suas práticas. Esses ambientes de Comunicação são os lugares onde são ativadas, pelos membros da *Recomsol*, “sua capacidade de narrar/ construir sua identidade” e a “identidade – individual ou coletiva – não é algo dado, mas em permanente construção, e se constrói narrando-se,

²³ Milton Santos, *op. cit.*, 1994, pp. 104-105.

²⁴ Em fluxo, por que os comunicadores se deslocam para a cidade onde vai acontecer o encontro nacional. Temporária, visto que a duração do evento é determinada, entre três e quatro dias, uma ou duas vezes por ano (a segunda vez, quando há capacitação nacional).

²⁵ Jesús Martín-Barbero, *op. cit.*, 1999, p. 5.

²⁶ Sobre essa passagem do digital para o presencial, ver Jesús Martín-Barbero. *op. cit.*, 1999; Denis de Moraes. “Mutações comunicacionais na era digital”. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, Vol. III, nº 2, Dez.2001, PPGCOM-Unisinos, São Leopoldo. pp. 77-94.; e Pierre Lévy. *Cibercultura*, 1999.

fazendo-se relato capaz de interpelar aos demais e deixar-se interpelar pelo relato dos outros”.²⁷ Podemos ver isso no encontro presencial, quando os comunicadores relatam suas práticas comunicacionais no local ou quando contam suas experiências de oficinas de capacitação ou fatos do seu cotidiano, por exemplo, pela <Comunicalist@>.

Ao tratar da solidariedade como perspectiva identitária, sob o ponto de vista do território e das relações, há uma abordagem, comentada por Raquel Paiva, em que o urbanismo selvagem e a divisão do trabalho fizeram o homem se afastar de dois elementos nucleares da comunidade primitiva: a família e o local. Mas, segundo a autora, o território e as relações não seriam os únicos produtores de laços, vínculos comunitários: a religião, as formas cooperativas, as organizações, as utopias; a própria linguagem constituiria a possibilidade de elos espirituais, quando os indivíduos expressam e compartilham pensamentos, normas, fundamentos que formam o grupo, como também trocas concretas, visto que pela linguagem, o grupo se define, constrói seus limites, isso também na formação de comunidades e territórios.²⁸ E que, potencializado por uma maior mobilidade e pelos meios de Comunicação, o indivíduo das sociedades urbanas complexas cria outros laços – diferentes dos laços de sangue e vizinhança –, “tornando-se livre para solidarizar-se, cooperar e amar a partir de outros critérios”.²⁹ Desta forma, “a escolha de amigos e colegas pode ser dirigida então por fatores como afinidade de interesses, idéias, valores ou até mesmo vantagens de cooperação”.³⁰ Essas “sub-comunidades” de interesse (científica, de jornalistas, etc.) seriam marcadas pela identificação.

Uma comunidade marcada principalmente pelo aspecto psicológico – a identificação – ressen-te-se do aspecto biológico, tão destacado por [Ferdinand] Tönnies. Falta-lhe a necessidade “natural”, o automatismo que se atribuía à *Gemeinschaft* [comunidade], vigindo com mais força características como a arbitrariedade, a intelectualidade, típicas da *Gesellschaft* [sociedade] (PAIVA, 1998, p.98).

A noção de identificação propõe a identidade como um processo em andamento. É uma contribuição da psicologia, a partir da descoberta do in-

²⁷ Jesús Martín-Barbero, *op. cit.*, 1999, p. 6.

²⁸ Raquel Paiva. *O espírito comum*. Petrópolis, Vozes: 1998, p. 98.

²⁹ *Ibidem*, p. 77.

³⁰ *Ibidem*, p. 77.

consciente por Freud, que constitui o segundo grande “descentramento” da noção de sujeito na modernidade.³¹ Os sintomas que contribuíram para o descentramento do sujeito cartesiano (individual e indivisível: cogito, *ergo sum*) fizeram vários autores repensarem a condição desse sujeito que marcou a modernidade e cuja identidade cultural estaria, assim, fragmentada, por não haver um eu unificador, que centralizasse e ordenasse os diversos *eus* contraditórios.

Essa fragmentação, identificada na modernidade tardia, seria fruto dos relacionamentos sociais que conduziram a organização da sociedade na era industrial: a *Gesellschaft* [Sociedade], proposta por Ferdinand de Tönnies, que inseriu o indivíduo num sistema social impessoal e anônimo, cuja base de relações é o contrato. A divisão do trabalho e a industrialização teriam contribuído para a decadência da *Gemeinschaft* [Comunidade], modelo de organização societária também proposto por Tönnies, que se aproxima da idéia de comunidade, inspirada no modelo pré-industrial, em que as pessoas se acham intimamente ligadas “graças à tradição, parentesco, amizade, ou por causa de um outro fator coesivo”³².

Um importante fator, e pelo qual, e de alguma forma, estão perpassados os demais, é a cultura, que David Harvey define “como um complexo de signos e significações (incluindo a linguagem) que origina códigos de transmissão de valores e significados sociais”.³³ Qualquer laço social necessita de significação, ou seja, de sentido, que se constitui em códigos e são transmitidos, compartilhados e regulados. As práticas sociais que vinculam determinados grupos têm esse efeito porque podem ser comunicadas, logo, possuem capacidade de significação. E é na interação entre duas ou

³¹ Stuart Hall, *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001, pp. 34-46, aponta cinco *descentramentos* que servem de argumento para os pós-modernistas que decretaram a fragmentação do sujeito cartesiano e sociológico. O primeiro se dá com o pensamento marxista: o sujeito individual não é o agente da história. O segundo é justamente a descoberta do inconsciente, por Freud. O terceiro se dá com a linguística estrutural de Ferdinand Saussure, apontando que não somos agentes criadores de significado, mas nos movimentamos no interior das regras da língua e dos sistemas culturais. O quarto descentramento principal da identidade está na obra de Michel de Foucault, que aponta os “regimes disciplinares” como preocupados com a vigilância e a organização, primeiramente, dos coletivos humanos, em seguida, do indivíduo e do corpo. O quinto descentramento é o impacto do feminismo enquanto crítica teórica e como movimento social.

³² Melvin L DeFleur. *Teorias da Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1993, pp. 171-172.

³³ David Harvey. *Condição pós-moderna*. São Paulo, Loyola: 1992, p. 269.

mais pessoas, pela Comunicação, que as ações produzem sentido socialmente, ganham um caráter público, reconhecido. Caso contrário, não terão poder vinculativo. Esse consenso, o reconhecimento de uma ação operado por mais de um sujeito é que faz surgir o símbolo, “permitindo estruturar não somente a interação, mas o próprio mundo vivido pelas pessoas num determinado contexto social”.³⁴ O conjunto de pessoas – ou mesmo um grupo – que compartilha das mesmas práticas simbólicas, formaria uma comunidade simbólica ou, se pensarmos em termos da Comunicação como processo que possibilita essa troca de símbolos cuja mediação é linguagem, uma comunidade comunicativa ou comunicacional³⁵.

Mesmo com as possibilidades de análise pela veia cultural, na perspectiva simbólica e da linguagem, o modelo idealizado da *Gemeinschaft* [Comunidade], focado na oposição territorialização-desterritorialização passou a ser ponto de partida na tentativa de entender o que vem a ser produzido com as novas maneiras de vinculação e produção de laços sociais nos ambientes digitais.³⁶ A perspectiva identitária, pela corrente pós-moderna, segundo Stuart Hall, propõe a crise da identidade como eixo. E, para completar, os apocalípticos decretaram o possível fim da experiência humana da Comunicação, da interação social com o advento das novas tecnologias de informação e Comunicação com base digital.³⁷ Para Jesús Martín-Barbero, os pós-modernos se equivocaram, confundiram diversidade com fragmentação e a identidade foi transformada em intolerância pelo fundamentalismo dos nacionalistas étnicos, cabendo à América Latina o protagonismo de construir uma Comunicação plural que significaria “assumir a heterogeneidade como um valor articulável à construção de um novo tecido do coletivo, de novas formas de solidariedade”.³⁸ E essa heterogeneidade, para produzir

³⁴ Francisco Rudiger. *Introdução à teoria da Comunicação*, S. Paulo, Edicon: 1998, p. 36.

³⁵ Raquel Paiva, ao tratar das comunidades de trocas reais e simbólicas, apresenta a concepção de Karl Otto-Apel, para quem a linguagem constituiria uma *comunidade da Comunicação* porque haveria uma competência linguística a todos os homens, sendo a linguagem a “*instituição da instituição*”. Raquel Paiva, *op. cit.*, 1998, pp. 100-101.

³⁶ Como exemplo dessa perspectiva voltada ao comunitarismo, temos o trabalho de Howard Rheinholt. *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona, Gedisa: 1996.

³⁷ Para Paul Virilio, “com a progressiva DIGITALIZAÇÃO [destaque do autor] das informações audiovisuais, táteis e olfativas, indo de par com o declínio das sensações imediatas, a semelhança analógica do próximo, do comparável, cederia lugar à verossimilhança digital do longe, de todos os longes, poluindo assim, de forma definitiva, a ecologia do sensível”. Cf. Paul Virilio. *A bomba informática*. Estação Liberdade, São Paulo: 1999. p. 111.

³⁸ Jesús Martín-Barbero, *op. cit.*, 1999, p. 8.

dinâmica social, deveria estar ligada a alguma noção de comunidade, mas não nos moldes de uma comunidade “resgatada”, ou seja, de uma volta aos modelos utópicos inspirados nas formas de um passado idealizado, inspirados nas formas pré-industriais definidas por Tönnies, hoje retomadas pela perspectiva comunal, que se aproxima do fundamentalismo. A idéia de comunidade pensada por Martín-Barbero (1999, p.8) seria

aquela que assume as ambíguas formas e modalidade do presente: desde as comunidades de bairro que se unem para dar a sua vida um pouco de dignidade humana, ao tempo que resgatam com suas formas tradicionais – narrativas e musicais – de Comunicação as senhas e canais de sua identidade, até essas novas comunidades que, através das rádios e canais comunitários de televisão, conectam as aldeias e as periferias urbanas na busca de uma informação e Comunicação que responda a suas verdadeiras demandas de justiça social e de reconhecimento político e cultural.

O sentimento de solidariedade, segundo Raquel Paiva, nasce justamente quando essa justiça social é relegada a segundo plano e o reconhecimento político das populações não mais encontra identificação no Estado. Na ordem atual, o desemprego é percebido como estrutura imposta pelo Capitalismo e o Estado cada vez mais se afasta do modelo do bem-estar social. Nessa perspectiva, a solidariedade se define

não como uma disposição filosófica humanística, mas como estratégia de ação, como uma preocupação bastante prática, além de política, destinada a romper com o isolacionismo instalado. Propõe-se o entendimento da solidariedade como atuação política e expressão da cidadania (Paiva, 1998, p.129).

É nesse contexto que entram os novos movimentos sociais e ONGs, trabalhando a solidariedade e a participação direta como uma estratégia de mobilização dos atores individuais em torno de causas sociais para assegurar uma “notável” coesão dos indivíduos.³⁹ Melluci aponta, nesses novos movimentos, uma maior valorização do plano cultural, além do político e do social.

A agregação tem caráter cultural e se situa no terreno da produção simbólica na vida cotidiana. Existe um inter-relacionamento crescente entre os problemas da identidade individual e a ação coletiva; a solidariedade do

³⁹ Alberto Melucci. *A invenção do presente*. Petrópolis, Vozes: 2001, p. 96.

grupo não está separada da busca pessoal e das necessidades afetivas e comunicacionais dos membros, na sua existência cotidiana (Melucci, 2001, p.97).

Na *Recomsol*, a ação coletiva direcionada a uma proposta de Comunicação em favor da saúde materno-infantil, em conjunto com a Pastoral da Criança, ou seja, a solidariedade motivada pelo desempenho da função social da Comunicação pelo membro da Rede não está separada, no ator individual, do estar-junto com outros comunicadores, do gozo, do poder de relacionar-se, da necessidade de expressar-se, da auto-afirmação do seu ser.

Para entender melhor como a solidariedade pode estabelecer uma articulação entre a identidade individual e a identidade coletiva, na atualidade, em que as distinções seculares entre o público e o privado se redesenham,⁴⁰ tomemos a revisão do conceito de identidade proposto por Paul Gilroy. Para ele, o conceito de identidade está emaranhado em outros três conceitos, que se superpõem, mas são essencialmente diferentes: subjetividade, igualdade e solidariedade.⁴¹

A identidade como história do sujeito e subjetividade tem um primeiro movimento na perspectiva do sujeito histórico, determinado pelas diferenças de gênero, raça e gerações, com abordagens em torno do trabalho, da linguagem e da cultura como meios de transformação social, que lança dúvidas tanto sobre a relação entre semelhanças e diferenças dos seres humanos como suas interioridades parecidas e exterioridades diferentes.⁴² Entendida como subjetividade, a identidade lança outra questão: “as qualidades reflexivas e a consciência nada fidedigna da pessoa sobre suas próprias ações”.⁴³

No segundo movimento, a identidade torna-se visível na perspectiva da identificação, em que a subjetividade individual dá lugar a um compromis-

⁴⁰ “As esferas ‘privadas’, nas quais tradicionalmente, se realizava a troca afetiva e se distribuam as recompensas ou os ressarcimentos individuais, são invadidas pela intervenção das mídias e transforma-se em lugares de mobilização da resistência e da formação do conflito”. Alberto Melucci, *op. cit.*, 2001, p. 83.

⁴¹ Paul Gilroy. “Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad”. In: In Curran, James, Morley, David, Walkerdine, Valerie. *Estudios culturales y comunicación – análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Espanha: Paidós, 1998, pp. 63-83.

⁴² *Ibidem* pp. 68-69.

⁴³ *Ibidem* p. 69.

so em que a pessoa pode chegar a ver a si mesma através dos demais, gerando uma consciência de igualdade. O que evocaria a relação de alteridade e o fenômeno da diferença. A idéia da identidade comum converteu-se em princípio de organização e de mobilização na maioria dos movimentos políticos, na perspectiva de minimizar as diferenças internas do grupo, fazendo com que as diferenças entre este e outro grupo, externas, pareçam maiores.

A identidade como igualdade pode distinguir-se da identidade como subjetividade porque avançou, de suas relações com a formação e localização de sujeitos e de sua individualidade histórica, para o pensamento sobre identidades coletivas ou comunais: nacionais, gêneros, classes, gerações, grupos “raciais” e étnicos (Gilroy, 1998, p.70).

Gilroy atenta para a institucionalização da identificação e assinala que as línguas escritas e orais, a memória, os rituais e as formas de governo são apontados como importantes mecanismos de criação de identidade.

A terceira questão, a da identidade como solidariedade, segundo Gilroy, relaciona-se com a forma como os nexos e as diferenças se transformam em fundamentos sobre os quais se pode provocar a ação social.⁴⁴ Esse enfoque se distancia tanto do enfoque centrado no sujeito como na dinâmica intersubjetiva. A relação entre identidade e solidariedade coloca em jogo outra questão, segundo Gilroy, “a da força social sobre organismo de indivíduos e grupos”,⁴⁵ em que se torna possível a reconciliação entre demandas individuais e coletivas/sociais, seja por estruturas materiais ou discursivas, mas também “podem ser algum tipo de combinação heurística e instável de ambas”.⁴⁶ Trabalhar o entendimento da identidade como princípio de solidariedade solicita

entender a identidade como um efeito mediatizado pelas estruturas históricas e econômicas, iniciado nas práticas significativas, através das quais operam, e proposto nos quadros institucionais contingentes, que tanto regulam como expressam a reunião de indivíduos em processos sociais modelo (Gilroy, 1998, p.72).

⁴⁴ *Ibidem*, p. 71.

⁴⁵ *Ibidem*, p. 71.

⁴⁶ *Ibidem*, p. 72.

Essa mediatização se dá pela definição dos conflitos que pautam o surgimento de novos atores sociais: ecológicos, feministas, pacifistas, juvenis, étnicos etc. Alberto Melucci, tratando da relação entre demandas sociais e individuais atenta para o risco, sempre presente, da ambiguidade nos movimentos sociais, em que a rejeição de um “social” submetido à normatização, ao controle disseminado, por outro lado, pode levar à afirmação da identidade como refúgio, em que o indivíduo se vê, magicamente, liberto dos vínculos do agir social.⁴⁷

No caso da *Recomsol*, a identidade como solidariedade, relacionando ação social e necessidades sociais e comunicacionais entre demandas sociais e individuais se pauta numa perspectiva fundamental, a ação voluntária, que emergiu nas sociedades complexas em áreas em que o afastamento do Estado das questões sociais é candente, principalmente no campo da saúde. Nesse tipo de ação social coletiva não se tira benefícios econômicos, logo estes são simbólicos, relacionados com a auto-estima, com o prestígio, com o poder, com a auto-afirmação, ou indiretos: habilidades e competências adquiridas no exercício da ação. Em suma, “é uma forma de ação coletiva caracterizada por um vínculo voluntário de solidariedade entre seus participantes”,⁴⁸ orientada para:

- a busca de objetivos comuns, sem, no entanto, abafar uma multiplicidade de objetivos individuais ou de subgrupos;
- ter uma forma de organização, mas fora dos padrões institucionalizados;
- responder, como indivíduos ou grupos, à intervenção pública no que se refere à assistência social; ou seja, manifesta-se a condição de cidadãos que têm o direito-dever de contribuir para vida coletiva⁴⁹.

É na identidade como solidariedade, sob a forma de ação voluntária, que o membro da *Recomsol* recupera sua condição de cidadão, processo de construção coletiva e individual, carregado de paixão, em que a Comunicação se torna necessária, retomando a perspectiva relacional, o dom, em contraposição à lógica da tecnicidade, o cálculo, na dimensão do desafio simbólico.

⁴⁷ Alberto Melucci, *op. cit.*, 2001, p. 93.

⁴⁸ *Ibidem*, p. 118.

⁴⁹ *Ibidem*, pp. 117-119.

Na concretude do agir altruístico, na paixão da ação voluntária, está presente esta dimensão de desafio simbólico. À racionalidade do cálculo, à eficiência da técnica como relação meios-fins opõem-se a gratuidade do dom, o empenho pessoal e direto no aqui e agora da existência, a necessidade de uma Comunicação humana não manipulada: enfim, aceita-se o encontro com o “outro” como irredutível (Melucci, 2001, p.120).

Nesse desafio simbólico, para que concretize esse agir altruístico, é preciso compreender que a solidariedade, como definiu Raquel Paiva, não está predisposta por uma filosofia humanística, mas se caracteriza como estratégia de ação, prática e política, que busca romper com a isolamento imposta. Desta feita, um grupo de desempregados, moradores de uma pequena cidade, sob determinada pressão social e econômica, pode solidarizar-se em função de, por exemplo, expulsar “estranhos” que busquem a cidade na perspectiva de encontrar possibilidades de sobreviver. Em vista disso, como diz Faxina, “convém especificar uma noção de valor moral para essa ação voluntária, que possa servir de eixo sobre o qual se pode girar a análise da ação coletiva dos cidadãos integrantes dos movimentos sociais”.⁵⁰ E aqui acrescentamos as redes solidárias de Comunicação, como é o caso da *Recomsol*, cujo eixo moral se pauta, primeiramente, na causa da criança, cuja motivação mística é a máxima de Jesus Cristo: “Eu vim para que todos tenham vida e vida em abundância”.⁵¹

VÍNCULOS E COLETIVOS CONSTRUÍDOS NO AMBIENTE DIGITAL

A identidade da *Recomsol* é perpassada pela solidariedade, que marca o próprio nome da Rede, e por uma ação voluntária de Comunicação, vista a partir de um modelo relacional, para a mudança social. Estas marcas identitárias são construídas a partir de vários vínculos que foram sendo construídos durante todo o processo histórico da *Recomsol*, e que são atravessados pelos modos de comunicar da Rede. Definiremos, nesta análise, quais são estes vínculos e o papel do ambiente digital na construção desses laços culturais e simbólicos.

⁵⁰ Elson Faxina. *Participação e subjetividade em movimentos sociais – um estudo de caso sobre as práticas culturais contemporâneas como espaço de construção e legitimação do ser individual e ator social*. Dissertação de Mestrado defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da ECA/USP, Departamento de Cinema, Rádio e Televisão, sob a orientação do Prof. Dr. Mauro Wilton de Sousa. São Paulo: 2001, p. 65.

⁵¹ Evangelho de Mateus, capítulo 10, verso 10.

Buscamos identificar os vínculos que unem a *Recomsol* nas significações construídas pelos entrevistados nas entrevistas em profundidade.⁵² Os tipos de vínculos foram surgindo em suas enunciações de maneira reflexiva, em momentos, muitas vezes, não relacionados diretamente com nossas intervenções como pesquisador, mas a partir de motivações surgidas no momento da conversa. São oito os vínculos identificados:

- o vínculo institucional: a convocação pela Pastoral da Criança;
- a causa da criança;
- a ação de fazer Comunicação para a mudança social;
- o valor moral cristão da solidariedade e a mística;
- a liberdade encontrada na *Recomsol* para expressar-se e legitimar-se;
- os momentos de dinâmica de grupo, encontros e espaços de lazer;
- o ambiente de relações afetivas;
- o poder articular demandas sociais e individuais em torno da solidariedade na Comunicação.

A convocação pela Pastoral da Criança foi o primeiro momento de identidade, cujas significações marcam a idéia de um útero que, segundo o comunicador Francisco Morais “é um ventre que vai gerando formas de vida, jeitos de viver”. Relacionamos essas formas de vida com as práticas da Pastoral da Criança, que o comunicador deve conhecer para poder trabalhá-las segundo a perspectiva comunicacional. A jornalista Kátia Pichelli também evoca o processo de seleção dos membros da Rede, por serem pessoas escolhidas, convidadas por alguém de confiança. “Você já parte do pressuposto que quem está ali, é alguém do bem”, afirma. Ou seja, em cada estado os comunicadores são convidados a participar da Rede por coordenadoras da Pastoral da Criança. Mas o que identificamos no processo de observação é que este vínculo tem sua força simbolizada em tudo o que a Pastoral da Criança

⁵² Os entrevistados: a jornalista Nanci Alves, 39 anos, de Minas Gerais; o radialista Jessé Silva, 30 anos, do Piauí; o estudante de filosofia Ribamar Souza, 24 anos, de Goiás, que atuava na área de rádio; Francisco Morais, 37 anos, comunicador popular formado em Letras, da coordenação da Recomsol do Rio Grande do Norte; e a jornalista Kátia Pichelli, assessora de imprensa da Embrapa Floresta, em Curitiba (PR) e membro da coordenação da Recomsol do Paraná. O núcleo dos entrevistados em profundidade contemplou quatro regiões: Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul.

representa na luta contra a mortalidade infantil, embora no cotidiano as coordenadoras da Pastoral não sejam pessoas que vivenciam o cotidiano da Comunicação. Isso fez com que os próprios comunicadores, já membros da Rede, passassem a convidar colegas profissionais e apresentá-los à coordenação da Pastoral local, para legitimá-los institucionalmente. Nesse aspecto, o ambiente digital possibilitou mudanças nessa relação de legitimação, visto que, para o grupo, é a apresentação por outro comunicador da Rede ou pela caracterização de si próprio na <Comunicalist@> que tem ampliado as relações, uma vez que quase a totalidade das coordenadoras estaduais da Pastoral não compartilha desse ambiente de Comunicação, mas os comunicadores sim.

A causa da criança é um elemento agregador dos membros da Rede e se manifesta na expressão dos entrevistados como fato estratégico para a construção de uma identidade solidária. O trabalho com crianças já fazia parte do cotidiano de Nanci, pois produz programas infantis. Morais identifica a missão da *Recomsol* no local como “estar a serviço da solidariedade em relação à infância”. De forte significação para ele foi o momento da comemoração dos 15 anos da Pastoral da Criança no Rio Grande do Norte, pois uma das adolescentes que “debutava” naquela festa como uma das primeiras resgatadas da morte pela Pastoral local teve sua irmã morta na mesma época, por falta de cuidados e de alimentação. E Morais a tinha registrado com sua máquina, ainda viva, no seu primeiro trabalho de Comunicação com a Pastoral. “O fato de, naquele momento, de tá acontecendo aquela solenidade que não era apenas uma coisa formal, mas de muito significado, para mim, foi um momento muito forte e por isso que as lágrimas vieram agora”, falou emocionado. É a partir dessa solidariedade com as temáticas voltadas para salvar vidas e promover o bem-estar da criança, na Rede, que percebemos e identificamos nas falas durante os encontros presenciais e nas manifestações pela <Comunicalist@> a expansão dessa proposta de solidariedade comunicativa para outras áreas necessitadas do campo social: saúde, educação, cidadania, que não deixam de ser atravessadas por temáticas ligadas à criança, mas não relacionadas somente à Pastoral da Criança. “A Rede agora começa a dar um passo por bem ou por mal, pra se desligar da instituição e ficar ligada às temáticas da criança”, diz Kátia. A <Comunicalist@> foi o lugar em que os membros da *Recomsol* articularam a primeira experiência de ação solidária da Rede fora da Pastoral, o projeto de capacitação nacional de radialistas para formar a Rede de Comunicadores pela Educação, entre 1999 e 2000.

O fazer Comunicação para a mudança social vem a ser um vínculo que ganhou força simbólica a partir do que a Comunicação possibilitou fazer em prol da causa da criança e de seu entorno social. “Você pode estar mobilizando as pessoas para estarem participando de uma reunião, pra batalhar pelo saneamento básico ou pra discutir questões políticas”, diz Kátia, para quem a Comunicação é um serviço voltado para a mudança, para a transformação. Da mesma visão compartilha a jornalista Nanci Alves. Segundo ela, “sem Comunicação não há mudança”. “Se a pessoa não é bem informada, não fica sabendo das suas possibilidades, o porquê de suas dificuldades, então ela nunca vai buscar essa mudança”, justifica. Aqui vemos uma significação em torno da dimensão política que tem a Comunicação. Essa descoberta da dimensão política, Morais caracteriza-a na avaliação dos resultados do projeto de capacitação dos radialistas pela educação. Reforça que a sua construção só foi possível pelo forte elo que unia os membros da Rede. E aqui vemos a importância do atravessamento entre os modos presencial e digital de Comunicação da *Recomsol*, no fortalecimento dos laços entre os membros, contribuindo para a articulação desse projeto nacional.

O valor moral cristão da solidariedade e a mística se fortaleceram na *Recomsol* a partir de suas matrizes ligadas à Pastoral da Criança e à União Cristã Brasileira de Comunicação. Num documento de trabalho sobre *o que é a Recomsol* que circulou entre os membros da Rede, pela <Comunicalist@>, para discussão e comentários, motivou-se a discussão em torno da necessidade de se guiar pela fé cristã como condição de identidade do grupo. A partir dos comentários surgidos na <Comunicalist@>, o grupo chegou ao consenso de que, para ser membro da *Recomsol* era preciso compartilhar dos valores cristãos, enquanto valores humanos, e não o fato de ter uma confissão religiosa cristã, e a solidariedade, imbuída de uma condição moral de estar voltada para o bem comum, tornou-se o valor preponderante. Essa dimensão do valor moral da solidariedade se manifesta nas significações de Kátia sobre a Rede, quando compreende a *Recomsol* como algo que transcende o ser uma rede de Comunicação que serve à causa da Pastoral da Criança. “Meu papel é ser de uma rede solidária, que é muito mais do que isso”, diz. A síntese entre a condição moral e solidariedade parece estar na perspectiva da mística. Vemos algo nesse sentido na fala do Morais, para quem a ausência da mística, “isso que reveste esse sonho, essa coisa que imbui, essa energia”, transforma as ações e as relações num conjunto de práticas burocráticas, descaracterizada de sentido. A Comunicação vem completar esse eixo, quando a ação da *Recomsol* também se identifica por uma perspectiva cultural diferenciada, pautada numa perspectiva processual, coletiva e relacional. É o que radialista Jessé Silva define como uma

“Comunicação diferente” como opção pessoal de luta, que “é identificado em cada um dos membros da Rede e acho que isso é nossa mística”, conclui.

A liberdade encontrada na *Recomsol* para expressar-se e legitimar-se retoma o modelo de Comunicação desenvolvido no processo de construção solidária da Rede. E, entre eles, estava a Comunicação como expressão de si e possibilidade de afirmar-se. Essas duas condições vão encontrar o ambiente propício de realização no ambiente presencial de Comunicação e, durante o ano inteiro, no ambiente digital.⁵³ Kátia recupera esse sentimento de sentir-se livre para expressar-se nos ambientes de interação da Rede. Morais encontrou na *Recomsol* o lugar propício para se dizer, enquanto cada vez mais, as ações nos movimentos e organizações sociais configuram-se com um espaço do fazer. A perspectiva cultural da *Recomsol* valoriza também o ser e sua necessidade de expressar-se, possibilitando a criação de vínculos.

E assim também aconteceu comigo. Eu fui me dizendo. E isso, eu acho que foi fundamental para criar uma relação de confiança, para que eu pudesse me dizer e para que o outro pudesse se dizer. Para que eu pudesse colocar tudo do meu trabalho, inclusive da deficiência do meu trabalho, que eu realizava (Morais, *Recomsol*-RN).

Participar da *Recomsol* é para Jessé e para José Ribamar a possibilidade de se sentirem legitimados, valorizados, reconhecidos.

Eu chego nos lugares e falo com muito orgulho de fazer parte da Rede de Comunicadores Solidários à Criança, o nome também é muito sugestivo (Jessé, *Recomsol*-PI).

Eu me sinto muito privilegiado, né? Porque eu não sou comunicador ou jornalista. E estar na rede. Estar representando o Goiás aqui no encontro é motivo de grande alegria (Ribamar, *Recomsol*-GO).

E as primeiras operações de reconhecimento se dão nos processos de Comunicação, que para alguns ocorreram no ambiente presencial, mas, para outros, o primeiro lugar em que se sentiram reconhecidos e legitimados foi o ambiente digital da <Comunicalist@>.

⁵³ Sendo que a continuidade desses processos de Comunicação, que se refletem na mudança de atmosfera que vem passando a *Rede* na sua relação com a Pastoral da Criança, não apontam projeções claras. Um fator visível é a reaproximação da Rede com a UCBC, assinalada desde o projeto de capacitação dos radialistas pela educação.

Os momentos de dinâmica de grupo, encontros e espaços de lazer constroem vínculos distintos e complementares que aproximam os membros em torno da *Recomsol*. As dinâmicas de grupo possibilitam formas de expressão e de contato em que a própria espacialidade de cada um é “invadida” pelo outro. O jogo, a brincadeira ajudam a quebrar com menor impacto as barreiras “invisíveis” de uma individualidade subjetivista, proporcionando uma aproximação do outro e o surgimento de pactos afetivos capazes de construir um sentido de coletividade afetiva. “As dinâmicas sempre conseguem mexer com a gente e unir mesmo a gente”, diz Nanci. Esse “mexer” relaciona-se com a possibilidade de romper com as formalidades das relações, pautadas em regras “politicamente corretas” de fachada, típicas de coletividades superficiais, de encontros passageiros: comunidades de sala de espera,⁵⁴ o que não ocorre com a *Recomsol*.

As dinâmicas acontecem dentro do ambiente dos encontros, que para Moraes são o espaço em que se fala da Comunicação, enquanto técnica, mas também de coisas da vida. É interessante essa relação, pois dá a entender a vida como ato de Comunicação, que se difere das técnicas de Comunicação. E sendo “as coisas da vida” um ato de Comunicação, geram o que Moraes define como “cumplicidades boas da vida”, cujas marcas são as partilhas dos problemas, alegrias e emoções vividas por cada um. Essa cumplicidade responderia à dúvida do Jessé, sobre a sintonia não-verbal que possuem os membros da *Recomsol*, e que para ele somente pessoas que vivem o tempo inteiro próximas teriam. Ou seja, a intensidade do processo de Comunicação, que gera os laços e pactos simbólicos, não está diretamente relacionada à frequência ou proximidade em que acontecem as interações, mas à qualidade com que é tecida, fiada.

Os momentos compartilhados fora do cenário da reunião, como bares e teatro, são percebidos por Ribamar como ambientes de Comunicação que possibilitam “mostrar qual é o nosso verdadeiro eu”. O cenário da reunião estaria marcado por temporalidades, por temáticas já estabelecidas, que não abririam espaço para a revelação da intimidade. Parece uma visão um pouco diferenciada da proposta por Moraes, mas é necessário precisar que este não distingue em sua fala os encontros como cenários de reunião e de lazer, o que poderia deixar implícito que a *cumplicidade* seria construída nos ambientes de lazer. O que é interessante ressaltar é a importância

⁵⁴ Tirei essa expressão a partir da idéia de “Cloakromm communities” (Comunidades de guarda-casacos) cunhada por Zigmunt Bauman. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro, Zahar: 2001, p. 227.

desse ambiente do lazer para a construção dos códigos de Comunicação que são apropriados como estratégias de Comunicação no ambiente digital da *Recomsol* que, por sua vez, alimentam e reforçam os vínculos quando reproduzidos nas mensagens.⁵⁵

O ambiente de relações afetivas da *Recomsol* produziu nos membros da Rede significações em torno de uma comunidade familiar. Ou seja, as relações afetivas produzidas no âmbito da *Recomsol* são, muitas vezes, até mais intensas que as que são experimentadas no seio familiar, ou acabam sendo uma compensação pela falta do vínculo familiar. Essa afetividade, essa *paixão* pela Rede, que constrói na interação com os demais membros, levou Kátia a entrar em crise no ambiente de trabalho por não encontrar essa afetividade lá, na relação com seus colegas de trabalho. A *Recomsol* se constituiu, para Kátia, numa rede de amizades em que a cumplicidade se desenvolveu a ponto de ter “coisas ali que eu confio mais do que eu confio nas minhas irmãs”, diz. Essa cumplicidade é alimentada pelas interações no ambiente digital, em que o sentido de visibilidade construído na <Comunicalist@> possibilita saber o que o outro está fazendo na vida pessoal. É o que podemos inferir na fala de Nanci: “Eu acho que a forma como vem sendo conduzida tem facilitado isso de ficar sempre sabendo o que o outro está fazendo, o que o outro está vivendo na vida pessoal: ‘Olha, estou fazendo mestrado!’, ‘Ó, casei!’, ‘Vou ter um filho!’, ‘Já escolhi o nome do meu menino!’”.

O poder articular demandas sociais e individuais em torno da solidariedade na Comunicação é um tipo de vínculo peculiar, pois aproxima demandas que, à primeira vista, parecem antagônicas, segundo uma visão *comunal* em que o coletivo sufoca ou apaga o individual ou quando se prega o subjetivismo que se centra na realização individual do sujeito. Sob a perspectiva de uma ação solidária de Comunicação, os membros da *Recomsol* conseguem articular as duas demandas.

⁵⁵ Em uma mensagem da <Comunicalist@>, a jornalista Lourdes, da *Recomsol-PA*, usou a expressão “Tô verde!”, para indicar espanto por uma informação equivocada. A expressão é do monólogo, *O tempo passa igual...*, protagonizado por uma atriz que interpreta várias fases da vida de uma mulher. Quando interpretou uma adolescente, a personagem usava sempre as expressões “Tô verde!” e “Tô pink!” para demonstrar espanto ou admiração. Ela evocou a cumplicidade de sentido do grupo, pois haviam visto a peça no dia 15 de novembro de 2001, durante o encontro nacional em Curitiba-PR.

Para Kátia, participar da *Recomsol* é a possibilidade de realizar-se como profissional da Comunicação atuando numa ação social, ou seja, “fazer o bem ao outro” e desenvolver suas competências profissionais e estar atuando numa causa social e poder sentir prazer em estar, em trabalhar com esse coletivo. “Uma coisa que te faz um bem danado é essa coisa de você conseguir agregar a tua profissão com alguma coisa que te dá prazer, porque nesse mundo globalizado hoje, a gente quase nunca consegue vincular trabalho ao prazer.” A perspectiva do mercado global transmuta o valor do trabalho e atrela a profissão à necessidade sempre premente de especialização, de buscar novas informações, novos conhecimentos. Gera no sujeito uma necessidade nunca saciada de buscar *atualização*, sob pena de ser “deletado” do mercado de trabalho cada vez mais exigente e globalizado.

A composição em círculo do cenário das reuniões tem um aspecto simbólico importante para o tipo de processo de Comunicação que se instaura: criar um ambiente de relações, de visibilidade, em que todos possam ver e ser vistos, de expressão dos valores de si que, compartilhados com os sentidos dos valores do outro, geram o coletivo. Para Morais, o círculo foi importante por possibilitar que, antes de qualquer demanda coletiva, ele pudesse ter um momento de afirmar-se, dizer-se no grupo. Era preciso sentir-se legitimado, reconhecido, e também reconhecer os demais atores, para que pudesse dar legitimidade às ações coletivas que iria assumir como suas.

Eu pude falar de mim, antes de falar de rede, de trabalho, de qualquer outra coisa, eu pude falar de mim. Os outros puderam falar deles. Eu fui conhecer os outros, não pelo que eles faziam, mas pelo que eles eram, e são. Eram e são. Então, eles foram falando deles. De sentimentos deles. A gente nas dinâmicas da rede, a gente foi se revelando a partir de dentro, né, a partir de dentro não é só apenas do trabalho que a gente apresentava, mas a partir dos sentimentos, na verdade, né. E eu pude compreender o outro, conhecer o outro através dos seus sentimentos (Morais, *Recomsol*-RN).

Para potencializar as demandas sociais e coletivas em que atua, o membro da *Recomsol* precisa ter a dimensão do que significa sua ação. Ver os resultados do seu trabalho sacia uma necessidade de sentir-se útil. Foi isso que motivou Nanci a continuar: “A cada oficina que acontecia e eu ouvia os programas de rádio que os comunicadores traziam, eu diz para mim mesmo: esta Rede é de verdade. Estes comunicadores estão fazendo mesmo. Não estou aqui perdendo tempo”. Ao mesmo tempo, o reconhecimento amplo desses resultados, não só pelo indivíduo, mas quando eles ganham visibilidade nas narrativas das

mensagens enviadas para a <Comunicalist@>, ampliam a dimensão de significação de sua ação local. Como diz Nanci: “Eu acho importante, porque através da própria Comunicalist@, a gente sabe realmente o que é o outro, onde é que ele está, o que ele está fazendo”.

Além de ampliar a dimensão de significação das ações dos membros da *Recomsol*, retomando as outras formas de vínculos do grupo, a <Comunicalist@.> se constituiu como espaço de legitimação de novos membros convocados pela Pastoral e por outros membros. Contribuiu na ampliação da causa da solidariedade para temáticas além da criança, fortalecendo a visão da Comunicação para a mudança social, tendo parte no fortalecimento dos laços entre os membros ao ampliar as relações dos encontros presenciais. Também foi o lugar da discussão sobre a solidariedade como princípio moral e de difusão dos códigos construídos no ambiente presencial, dando-lhes amplitude em toda a Rede.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

A <Comunicalist@> veio a se tornar um novo espaço para criação de relações e vínculos entre os membros da *Recomsol*. Se o telefone cria representações e possibilita a legitimação e caracterização do outro, o faz ponto a ponto. O modo digital universalizou o processo de legitimação e as representações do outro para todos os membros da *Recomsol* no núcleo nacional, processo rico em significações a ponto de um participante intencionar, com sua mensagem de apresentação, provocar calor, ao mesmo tempo em que outro membro faz uma extensão do colega ao tornar as imagens do presencial vivas no digital, de maneira que há uma correspondência entre os sujeitos e como são caracterizados, a partir do que escrevem, por seus companheiros, o que gera operações metonímicas de representação do outro pela forma como construiu a mensagem – “ela é econômica” – ou de o efeito proposto tornar-se signo: enviar mensagem para lembrar aniversários levou-a a ser representada como “antenada”.

O ambiente digital não é, tampouco, um lugar que, por si, torna possível a horizontalidade das relações ou o rompimento entre o ser produtor e receptor, nem estabelece os marcos do fim das assimetrias. Estas têm a ver com habilidades e competências comunicativas desenvolvidas pelos participantes da interação digital. O *ethos* da *Recomsol* voltado para ação comunicativa solidária estabeleceu espaços de troca, de intercâmbio de conhecimentos e

experiências comunicacionais e tecnológicas. Espaços existenciais em que se pode reconhecer seus limites e virtudes de “ser comunicador”, além de espaços da ação, em que o comunicador tem a possibilidade de agregar novas competências comunicacionais, como a de produzir reportagens ou desenvolver aptidão para a Teoria da Comunicação.

Os vínculos simbólicos construídos na *Recomsol* – para aproximar, reconhecer, compartilhar sentidos – regem as práticas comunicacionais e os modos de encontrar-se e atuar nos ambientes que ocupam. Três desses vínculos correspondem às significações da ação construídas nos ambientes de Comunicação da Rede, que possibilitam as relações afetivas, a liberdade para expressar-se e legitimar-se, os momentos de dinâmica de grupo, encontros e espaços de lazer. Dois desses vínculos dizem respeito às representações que movem os sujeitos individuais em direção ao coletivo, cuja chave é a Comunicação solidária: a ação de fazer Comunicação para a mudança social e o poder articular demandas sociais e individuais em torno da solidariedade na Comunicação. Um outro vínculo, embora não tenha sido aprofundado em nossa pesquisa, é um contraponto à proposição de Muniz Sodré de uma religiosidade midiaticizada cujo novo absoluto é a tecnologia.⁵⁶ É o vínculo proporcionado pela mística, uma religiosidade aberta e plural, cuja inspiração é solidariedade cristã como valor moral. E aqui vale lembrar que os relatos dos entrevistados colocavam a *mística* como oposição a uma visão tecnicista, sendo a ausência dela que deixaria evidente uma postura burocratizante das ações.

Mas por que resolvemos recuperar todos esses vínculos aqui? De um lado, eles correspondem aos valores espirituais compartilhados e modos de significar a ação da Rede; logo, edificam o *ethos* da *Recomsol*, o qual denominamos de *ethos* comunicativo solidário, que equilibra e ordena todo esse ecossistema formado pelos ambientes de Comunicação da Rede: o presencial, o telefone, a carta e o digital. Por outro, há ainda dois outros vínculos, tão importantes quanto esses, mas que são compartilhados com a Pastoral da Criança, que é a causa da criança e o ato de ser convocado pela organização. De três anos para cá, esses dois vínculos vêm sendo ressignificados. O primeiro, porque a prática da *Recomsol* vem ampliando a causa solidária à criança como causa solidária a temáticas co-relacionadas à promoção da vida da criança: educação e saúde públicas, Comunicação popular, controle social.

⁵⁶ Muniz Sodré. *Antropológica do Espelbo*. Petrópolis-RJ, Vozes: 2002, pp. 76-78.

REFERÊNCIAS

- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bougnoux, D. (1999). *Introdução às ciências da Comunicação*. Bauru, SP: Edusc.
- Defleur, M. L. (1993). *Teorias da Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- Faxina, E. (2001). *Participação e subjetividade em movimentos sociais – um estudo de caso sobre as práticas culturais contemporâneas como espaço de construção e legitimação do ser individual e ator social*. Dissertação de Mestrado defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da ECA/USP, Departamento de Cinema, Rádio e Televisão, sob a orientação do Prof. Dr. Mauro Wilton de Sousa. São Paulo.
- Gilroy, P. (1998). “Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad”. In: Curran, J. Morley, D. Walkerdine, V. *Estudios culturales y comunicación – análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Espanha: Paidós, pp. 63-83.
- Hall, E. T. (1994). “Proxêmica”. In: Yves W. (Org.) *La nueva comunicación*. Barcelona, Kairós, pp. 199-299.
- Hall, S. (2001). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Harvey, D. (1992). *Condição pós-moderna*. São Paulo, Loyola, p. 269.
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo, Ed. 34.
- Martín-Barbero, J. (1999). *Comunicación y solidaridad em tiempos de globalización*. Conferencia no 1º Encontro Internacional de Comunicadores Católicos. <www.jmcommunications.com/spanish/barbero.html>.
- Mata, M. C. (1999). “De la cultura masiva a la cultura mediática”. *Revista Diálogos de la Comunicación*, pp. 80-90.
- Melucci, A (2001). *A invenção do presente*. Petrópolis, Vozes.
- De Moraes, D. “Mutações comunicacionais na era digital”. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos III*, (2), Dez.2001, PPGCOM-Unisinos, São Leopoldo. pp. 77-94.
- De Moraes, D. (2001a). *O concreto e o virtual*. Rio de Janeiro, DP&A Editora.
- Negroponete, N. (2000). *A vida digital*. São. Paulo: Cia. das Letras.
- Paiva, R. (1998). *O espírito comum*. Petrópolis, Vozes.
- Park, R. E. (1979). “A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano”. In Velho, O. G. *O Fenômeno Urbano*. (4ª ed.), Rio de Janeiro: Zahar.
- Rudiger, F. (1998). *Introdução à teoria da Comunicação*. S. Paulo, Edicon.
- Santos, M. (1994). *Técnica, espaço, tempo*. S. Paulo, Hucitec.
- Sfez, L. (1999). “As tecnologias do espírito”. In: Menezes Martins, F. e Machado da Silva, J. (Org.) (1999). *Para navegar no Século XXI – tecnologias do imaginário e cibercultura*. (2ª ed.), Porto Alegre: Sulina.
- Sfez, L. (1994). *Crítica da Comunicação*. Loyola: São Paulo.
- Simmel, G. “A metrópole e a vida mental”. In: Velho, O. G. *O Fenômeno Urbano*. (4ª ed.), Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- Sodré, M. *Antropologia do Espelho*. Petrópolis-RJ, Vozes.

- Verón, E. (1997). “Esquema para el analisis de la mediatización”. *Revista Diálogos de la Comunicación* 48. FELAFACS, Lima.
- Virilio, P. (1999). *A bomba informática*. Estação Liberdade, São Paulo.
- Wirth, L. (1979). “O urbanismo como modo de vida”. In: Velho, O. G. *O Fenômeno Urbano*. (4ª ed.), Rio de Janeiro: Zahar.

Parte III

Las múltiples interrelaciones entre comunicación, cultura y ciudadanía: Experiencias y metodologías de trabajo comunicacional emancipatorio

As múltiplas interrelações entre comunicação, cultura e cidadania: Experiências e metodologias de trabalho comunicacional emancipatório

Haciendo resonar las voces: Escritura de cartas de lectores, participación de las audiencias y comunicación para el cambio social

Thomas Tufte¹, Aran Corrigan²
Ylva Ekström³, Minou Fuglesang⁴
Datius Rweyemamu⁵

Traducción de Florencia Enghel



RESUMEN

En su plan estratégico para 2007-2010, el Proyecto de Información para la Salud FEMINA (Tanzania) manifiesta su visión de “una sociedad empoderada que promueve valores democráticos, el pensamiento crítico y actitudes positivas en pos de estilos de vida saludables, la igualdad de género, una sexualidad protegida y el VIH/SIDA”.

FEMINA persigue sus objetivos por medio de la producción de dos de las revistas de mayor circulación en Tanzania: *SiMchezo!* y *Fema*, apuntando a la juventud rural y urbana mediante una estrategia de intervención comunicacional multimedia y participativa. Las dos revistas son vehículos clave de una más amplia estrategia de edu-entretenimiento.

La pregunta que se aborda en este artículo es: ¿qué rol pueden jugar las cartas escritas por los y las jóvenes a los que apuntan las intervenciones del proyecto FEMINA en la evaluación y la documentación de los resultados de su trabajo? ¿En qué medida las cartas reflejan procesos de empoderamiento, voz y participación? O mejor dicho, ¿qué reflejan las cartas en términos del interés de la audiencia en el proyecto FEMINA, sus propósitos, objetivos y visión?

¹ PhD, Profesor, Universidad de Roskilde, Dinamarca. ttufte@ruc.dk

² Femina HIP, Dar es Salaam, Tanzania. arancorrigan@yahoo.co.uk

³ Candidata doctoral, Universidad de Uppsala, Suecia. Ylva.Ekstrom@mah.se

⁴ Directora Ejecutiva, Femina HIP, Tanzania. minou@feminahip.or.tz

⁵ PhD, University of Dar es Salaam, Tanzania. datiusr@yahoo.com

El artículo se centra en los desafíos teórico-metodológicos planteados mediante el análisis de cartas de lectores, a fin de evaluar procesos de empoderamiento, voz y participación. Con base en una descripción del marco teórico y el enfoque analítico, que sitúa al estudio de cartas de lectores como una herramienta de evaluación en el campo de la comunicación para el desarrollo, y con base también en una revisión de dichas cartas, se presentan y discuten los hallazgos centrales tanto cuantitativos como cualitativos.

Palabras clave: Información para la salud, participación comunitaria, cartas, empoderamiento, comunicación para el desarrollo.

INTRODUCCIÓN

Tanzania está cambiando. Por un lado, la economía parece estar floreciendo, con un 7% de crecimiento anual. El sector de los medios prospera, con un rápido crecimiento en el acceso a la TV, la proliferación de radios y una expansión ininterrumpida de los medios impresos. A nivel político también han ocurrido cambios, con una apertura gradual a un sistema multipartidario a principios de la década de 1990 y la realización de la primera elección multipartidaria en 1995. Sin embargo, sigue habiendo una serie de grandes desafíos: con sus 39 millones de habitantes, de los cuales el 80% vive en áreas rurales, el país continúa siendo uno de los más pobres del mundo, ubicado en la posición 159 del Índice de Desarrollo Humano del PNUD. El estancamiento a nivel político, con una falta de transparencia y de responsabilidad en la gestión, es un problema recurrente. Y en lo que respecta a la salud pública, Tanzania está luchando contra la pandemia del VIH/SIDA, con una tasa de prevalencia del 5,7% (THIS, 2008). En medio de esta situación, en años recientes una sociedad civil en crecimiento ha aceptado un número en aumento de desafíos en términos de desarrollo y ha estado trabajando para mejorar las condiciones de vida y responsabilizar al gobierno por enfrentar y combatir los más importantes. Uno de dichos desafíos es sin duda el VIH/SIDA.

A pesar del movimiento hacia la liberalización económica y la democracia electoral en la década del noventa en África y a nivel internacional, el gobierno de Tanzania no mostró un compromiso más profundo con el proceso de democratización, manteniendo un estrecho control sobre la esfera política (Tripp, 2000). Por ende, el desarrollo de la sociedad civil en Tanzania en la década del noventa tuvo lugar en un ámbito sumamente restrictivo “inmerso en la cultura política y el legado del Estado de partido único” (Tripp, 2000), en el cual el debate político permaneció limitado. La participación

política efectiva fue obstaculizada por “un trasfondo de no participación y desencanto entre la población mayormente rural” (Evans & Ngalwea, en Booth, 2003).

Durante la pasada década se han observado cambios significativos en Tanzania, tanto con respecto a la naturaleza y alcance del debate público y el rol de la sociedad civil como de la participación pública en este punto. La relación entre el gobierno, las organizaciones de la sociedad civil y la participación pública de los ciudadanos comunes pareciera haberse vuelto más dinámica e interactiva; la naturaleza del diálogo sobre políticas y el debate en torno al desarrollo de políticas y la rendición de cuentas a nivel doméstico parecieran haber alcanzado un nivel de madurez cada vez mayor. El número de organizaciones no gubernamentales registradas ha crecido de 17 en 1978 a 813 en 1994. Hoy existen más de 8.000 ONGs registradas en Tanzania, de las cuales se estima que 450 están activas (May & Magongo/ CIS study 2005, en Corrigan, 2006).

Fue en el contexto arriba descrito que FEMINA HIP se estableció a fin de la década del noventa y comenzó a trabajar, proporcionando un espacio mediado en el cual resultara posible discutir de manera abierta cuestiones de salud sexual y reproductiva, y relativas a los derechos. En el centro de la indagación desarrollada en este artículo yace la pregunta: ¿cómo y en qué medida las personas comunes se están involucrando en las iniciativas de la sociedad civil para poner freno a algunos de los más severos desafíos que Tanzania enfrenta en términos de desarrollo?

FEMINA HIP

La prevalencia del VIH/SIDA en Tanzania es alarmante: actualmente se la estima en un 5,7% de la población de 15 a 49 años en la zona central del país, con la prevalencia más alta entre las mujeres en áreas rurales (THIS, 2008). Los y las jóvenes están entre los más vulnerables, y por ende el VIH/SIDA representa un gran desafío comunicacional en el país. Es obvio que la cultura mediática en expansión es un emplazamiento estratégico para la comunicación pro-social acerca de cuestiones como el VIH/SIDA, y que el formato de entretenimiento es estratégico a fin de dirigirse a las personas jóvenes, y para competir en el mercado comercial. La investigación referida al *edutainment* ha mostrado que tales intervenciones pueden servir para dar inicio a “*comunicación interpersonal entre pares* dirigida a cam-

bios en el *discurso social* de la audiencia” (Singhal & Rogers, 2002:130). Es en este ámbito que opera la ONG Proyecto de Información para la Salud Femina (*Femina Health Information Project*, o *FEMINA HIP*), intentando generar un impacto en el discurso referido a temas como relaciones, amor, sexo, sexualidad y VIH/SIDA. Minou Fuglesang (2005: 3) señala que:

Con la globalización y una economía de mercado en crecimiento en Tanzania, la tecnología de los medios y de la información se ha vuelto más accesible, y los recursos para la diseminación y distribución han mejorado. Esto ha hecho posible de manera creciente trabajar por medio de, y desarrollar, nuevos vehículos mediáticos para la comunicación referida al VIH. Si el contenido es culturalmente relevante, y está vinculado a y enraizado en los encuentros cara a cara de la vida cotidiana, reforzándolos y legitimándolos, la comunicación a través de los medios posee un vasto potencial para alcanzar a amplias audiencias y producir cambio social positivo. La iniciativa multimedia de HIP referida a los estilos de vida es un ejemplo prominente.

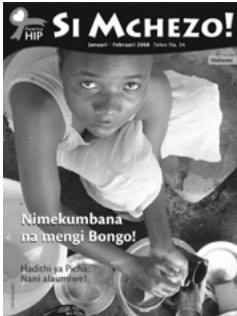
FEMINA HIP se fundó en 1999 y ha crecido de manera continuada desde entonces. Utiliza el edu-entretenimiento como su estrategia primaria de comunicación para convocar a los y las jóvenes en el proceso de desarrollo de Tanzania. Hoy constituye una iniciativa multimedia con el objetivo global de construir un ámbito de apoyo en Tanzania en el cual:

1. Los y las jóvenes en sus comunidades disfrutan su derecho a acceder a la información y los servicios y son empoderados para realizar elecciones positivas e informadas respecto de su sexualidad, y liderar estilos de vida saludables a fin de reducir el impacto negativo del VIH/SIDA.
2. Las comunidades ejercitan su derecho a expresarse, participar en debates públicos e involucrarse en la sociedad civil (FEMINA HIP, 2007a).

Actualmente, FEMINA HIP está involucrada en la producción de ocho tipos diferentes de actividades comunicacionales, creando en conjunto una plataforma multimedia con el propósito de estimular la conversación abierta, el pensamiento crítico y el cambio social que han de promover estilos de vida saludables y positivos, y actitudes responsables respecto de la sexualidad, el VIH/SIDA y la cultura democrática. El foco de este estudio está centrado en los medios impresos generados por FEMINA HIP; esto es, las dos revistas periódicas cuya existencia data de largo plazo:



Fema (el nombre cambió a *Femina* en 2006) – el producto FEMINA HIP original, y su actividad insignia. Es una revista a todo color, de 64 páginas, en inglés y kiswahili, distribuida trimestralmente. Su audiencia principal son los y las jóvenes en escuelas secundarias en todo el país.



Si Mchezo!, una revista bimensual de 32 páginas, a todo color, en kiswahili. Se originó en 2003, y la audiencia está constituida por jóvenes de 15 a 30 años, semi-alfabetizados, que residen en áreas rurales, que han dejado la escuela y sus comunidades.

La metodología del edu-entretenimiento (a menudo denominada E-E en la literatura disponible) es central a todas las actividades, lo cual indica que el propósito es entretener y al mismo tiempo educar a las audiencias respecto de ciertas cuestiones vitales esenciales¹. Se aplica un proceso de producción participativo, utilizando testimonios –historias de la vida real de jóvenes comunes– para dar voz a las cuestiones y preocupaciones de la audiencia. La investigación y el monitoreo constante se llevan a cabo a fin de asegurar que los productos sean relevantes para los contextos locales y, al mismo tiempo, indagar si verdaderamente estimulan el cambio social y de comportamiento.

¹ Thomas Tufte (2005: 162) da la siguiente definición: “el edu-entretenimiento es el uso del entretenimiento como práctica comunicacional producida con gran destreza a fin de comunicar estratégicamente acerca de cuestiones relativas al desarrollo de una forma y con un propósito que pueden ir del más estrechamente definido marketing social de comportamientos individuales a la articulación liberadora y liderada por la ciudadanía de agendas para el cambio social”.

Estudios de retroalimentación muestran que los productos de HIP como *SiMchezo!* y *Femina* han logrado crear un símbolo de un estilo de vida para la juventud de Tanzania, con efectos del orden del cambio claramente documentados. No sólo los diferentes productos mediáticos han creado foros para la discusión abierta de cuestiones sensibles, agitando el debate y promoviendo el compromiso. Con su presencia periódica de largo plazo en las vidas de las audiencias, se han tornado generadoras de tendencias: fuentes de bienestar, pensamiento crítico, conocimiento y diversión a medida que los y las jóvenes crecen y deben hacer frente a una serie de cuestiones serias relativas a sus estilos de vida. La metodología de edu-entretenimiento que HIP ha creado y usado está funcionando. (Fuglesang, 2005: 2)

Cartas de la audiencia

Un aspecto central de la metodología del edu-entretenimiento es el “proceso de producción interactivo y participativo” (Fuglesang, 2005: 5). Una manera significativa en la cual la audiencia puede participar es mediante la escritura de cartas o *e-mails* o el envío de mensajes de texto (*sms*) a FEMINA HIP, con la esperanza de que sean publicados en una de las revistas, de que se les invite a participar en el programa de entrevistas (*talk-show*) o simplemente de recibir una respuesta del equipo. La cada vez mayor cantidad de correspondencia de los lectores (incluyendo cartas, *e-mails* y *sms*) que llega a FEMINA HIP es una valiosa fuente para analizar si el proyecto de hecho cumple sus objetivos, así como una fuente para estudiar “el interés de la audiencia”² y el impacto del proyecto. *Femina* ha formado parte del paisaje mediático en Tanzania desde 1999, y las cartas que datan desde entonces también brindan una oportunidad para analizar si, y en qué modo, el discurso en torno a las cuestiones relevantes para FEMINA HIP –tales como las relaciones, la sexualidad y el VIH/SIDA– han cambiado con el tiempo.

Tema de la investigación

Si bien este artículo se centra en los desafíos metodológicos, el propósito general de este estudio es contribuir a la evaluación del rol de FEMINA HIP

² Un término a menudo utilizado para medir la efectividad de las intervenciones de EE. ver por ejemplo Sood, Suruchi (2002) “Audience Involvement and Entertainment-Education”, en *Communication Theory*, 12 (2), 153-172.

en términos de su aporte al cambio social entre la juventud en Tanzania mediante un análisis de categorías particulares de cartas de lectores a las revistas *Fema* y *Si Mchezo!*

Las preguntas de investigación claves que guían el análisis son:

- ¿Cuáles son los temas/las cuestiones más importantes discutidas por quienes han escrito cartas de lectores a las revistas *Fema* y *Si Mchezo!* a lo largo de los años (1999-2007), y quiénes escriben?
- ¿Qué tipos de intervención de la audiencia y participación ciudadana se expresan en las cartas?
- ¿Qué dice el análisis de las cartas respecto de la capacidad de FEMINA HIP para cumplir sus objetivos globales de desarrollo?

Si bien este artículo informa brevemente los resultados de este estudio y por ende hace referencia a los interrogantes arriba mencionados, las preguntas de investigación clave que orientan este documento en particular son de naturaleza teórico-metodológica. Estas incluyen:

- ¿Cómo conceptualizar el interés de la audiencia y la participación ciudadana?
- ¿Cómo pueden el interés de la audiencia y la participación ciudadana traducirse en un instrumento para evaluar procesos, tales como los expresados en la escritura de las cartas?

**EL CAMBIO CONCEPTUAL: DE LA COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO DE
COMPORTAMIENTO A LA COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL**

Los objetivos de comunicación de FEMINA HIP

La práctica comunicacional de FEMINA HIP y la base conceptual subyacente a su trabajo han experimentado cambios durante el periodo de casi una década de existencia. El foco siempre ha estado, y sigue estando, fuertemente centrado en “conquistar” y establecer espacios discursivos en los cuales cuestiones relativas a la sexualidad, el amor, las relaciones y el VIH/SIDA puedan discutirse abierta y libremente. Sin embargo, en los años iniciales el debate a menudo estuvo enmarcado en la lógica de las prácticas conductis-

tas, y enfatizó la transmisión de mensajes, es decir, la mención de mensajes relevantes, adecuados y correctos a fin de guiar a los y las jóvenes en su comportamiento sexual. Esto ha cambiado en cierta forma, en el sentido de que hoy el contenido de los medios de comunicación de FEMINA HIP está dado más por enfatizar el diálogo y el debate, conectando las realidades de la sexualidad y el amor con el contexto de los problemas socio-económicos subyacentes que influyen sobre estas. Como consecuencia, las cuestiones del desempleo, las relaciones de poder desiguales entre varones y mujeres y los problemas de abuso sexual, entre otras, han ganado prominencia. El cambio conceptual en este punto ha consistido en pasar de un encuadre del contenido dentro de la lógica de las prácticas conductistas a un encuadre dentro de la lógica más amplia del cambio social, las relaciones de poder, la justicia social y las preocupaciones relativas a las políticas. Esto se ha reflejado en la reciente revisión de la misión de FEMINA HIP y sus objetivos de desarrollo. El segundo objetivo se agregó en 2007 (construir contextos de soporte en Tanzania en los que “las comunidades ejerciten su derecho a expresarse, participar en el debate público e involucrarse en la sociedad civil”).

En muchas formas, el cambio conceptual de FEMINA HIP refleja los desarrollos conceptuales en el ámbito de la comunicación para el desarrollo: del foco limitado en la comunicación para el cambio de conducta a la creciente atención puesta en los factores sociales y estructurales determinantes del comportamiento y la necesidad de que la sociedad civil participe en el mejoramiento de condiciones a menudo perjudiciales.

De la comunicación para el cambio de conducta a la Comunicación para el Cambio Social

Al discutir las estrategias comunicacionales utilizadas en el combate al VIH/SIDA, en otras oportunidades hemos señalado que existe una brecha entre las prácticas de la comunicación para el desarrollo (en las cuales se inscribe la comunicación relativa al VIH/SIDA) y el progreso reciente al interior de la teoría comunicacional (Tufte, 2005a: 118). Particularmente problemática es la brecha entre los avances teóricos y metodológicos en el análisis cualitativo de las audiencias que hasta el momento ha sido escasamente vinculado a las prácticas comunicacionales relativas al VIH/SIDA (Tufte, 2004). Una de las principales preocupaciones teóricas dentro de este campo de investigación es el contextualizar el uso y la apropiación de los medios a nivel social.

Sin embargo, pareciera que en años recientes más y más trabajos en el área de la comunicación relativa al VIH/SIDA han utilizado también un enfoque mucho más contextualizado.

En años recientes, el debate internacional en esta área se ha centrado de manera creciente en discusiones respecto de tres enfoques diferentes de la comunicación relativa al VIH/SIDA: en primer lugar, la comunicación para el cambio de conducta. Este ha sido tradicionalmente el enfoque en la comunicación relativa al VIH/SIDA, centrado en el cambio de comportamiento a nivel individual y a menudo basado en una comprensión del problema como consistente en falta de información. Basadas en las teorías de la difusión, estas iniciativas son a menudo campañas mediáticas de gran escala que propagan información con la esperanza de que, al saber más, la gente cambie de comportamiento. El acento en el ABC de la comunicación relativa al VIH/SIDA (en inglés *Abstain, Be faithful or use a Condom*, o “abstenerse, ser fiel o usar un condón”) ha sido central a este enfoque. Sin embargo, experiencias en muchos países están demostrando que las personas tienen niveles cada vez más altos de conocimiento fáctico y están al tanto de los mensajes clave y el comportamiento a seguir respecto del VIH/SIDA, pero esto no está llevando al cambio de comportamiento. Por ende, el debate se centra cada vez más en otros dos enfoques: la comunicación para la promoción, defensa o reivindicación, y la comunicación para el cambio social.

La *comunicación para la promoción, defensa o reivindicación* se orienta al objetivo específico de promover los derechos y reivindicar los problemas propios del VIH/SIDA; por ejemplo, los derechos de las personas viviendo con VIH (en inglés, *People Leaving with HIV/AIDS*, o PLHAs) o de los niños huérfanos o víctimas de abuso. También se orienta a responsabilizar a los gobiernos e influenciar el desarrollo de políticas.

La *comunicación para el cambio social* es aquella en la que las causas subyacentes del VIH/SIDA son reconocidas: pobreza, desigualdad de género, desempleo, etc. Siguiendo este principio, la comunicación relativa al VIH/SIDA debe tratar los determinantes estructurales que llevan a estas situaciones, y a menudo está basada en procesos participativos en los cuales el empoderamiento y los derechos humanos constituyen preocupaciones centrales. A menudo termina vinculándose con la comunicación para la promoción, defensa o reivindicación. Los tres enfoques descriptos aquí a menudo terminan complementándose el uno al otro.

Sin embargo, lo que también puede identificarse en el debate académico reciente es una cantidad de cuestiones no resueltas. En primer lugar, existe un claro *consenso discursivo* en torno a la terminología – todos hablan de la necesidad de enfoques participativos–. Sin embargo, al rasgar la superficie, una falta de claridad conceptual y definiciones claras se torna evidente: ¿cómo definimos participación, cambio social, movilización y otros conceptos clave? En segundo lugar, no existen *objetivos uniformes inmediatos* cuando se habla de combatir el VIH/SIDA por medio de la comunicación. Obviamente, reducir el VIH/SIDA es el objetivo a largo plazo con el cual todos están de acuerdo, pero ¿requiere ello un más profundo cambio social, el cambio de comportamiento a nivel individual, cambios a nivel político u otras formas de cambio (cultural, legal, económico, etc.)? Hemos argumentado en otras oportunidades que el VIH/SIDA y los impactos sociales negativos de la globalización están empujando la agenda de la comunicación estratégica en dirección a una más elaborada agenda en pos del cambio social (Tufte, 2005:158). Finalmente, si observamos retrospectivamente las prácticas comunicacionales de años recientes, es obvio que siguen existiendo *metodologías sumamente diferentes*, que reflejan la amplia diversidad de enfoques respecto a la comunicación y prevención del VIH/SIDA.

Todo esto nos lleva a enfatizar que no existe una modalidad uniforme en la comunicación aplicada, y que el acento debe ponerse en entender las intenciones comunicacionales de una organización específica a fin de poder evaluar las fortalezas y debilidades de sus esfuerzos. En el caso de FEMINA HIP, dichas intenciones han cambiado gradualmente, y por ende, al conducir este análisis longitudinal de cartas de lectores que abarca ocho años de respuestas de la audiencia, debemos recordar que muchos contextos relevantes han cambiado – tanto el cambio conceptual como los objetivos explícitos de FEMINA HIP, además del clima político, la fortaleza de la sociedad civil, y las actitudes de la ciudadanía respecto de involucrarse en iniciativas de la sociedad civil y los desafíos del desarrollo en general en su vida cotidiana. Un análisis contextualizado es de vital importancia a fin de comprender el contenido de las cartas que la audiencia ha escrito a lo largo de los años.

Cambiando los discursos en la práctica

En consecuencia, al explorar el área más específica de la investigación sobre el edu-entretenimiento (E-E), encontramos que los intereses han evolucionado gradualmente y se han diversificado a lo largo de los años en línea con

las tendencias ya señaladas. En gran medida, la expansión conceptual observada respecto de las prácticas comunicacionales de FEMINA HIP puede verse también en la investigación referida al EE. Esta refleja el giro conceptual desde la comunicación para el cambio de conductas a la comunicación que apunta al cambio social y el empoderamiento.

Aun dentro de la lógica de la comunicación para el cambio de conducta, se ha dado un giro en dirección a evaluar más y más el “grado de exposición” de las audiencias a las intervenciones de E-E, y a medir si, y cómo, dichas intervenciones promueven la comunicación interpersonal entre las audiencias y quienes no son miembros de ellas, proporcionando por ende una medida de los efectos “indirectos” de una intervención de tipo E-E y un proceso comunicacional de “doble flujo” (Singhal & Rogers, 2002:30). En el libro *Entertainment-Education: A Communication Strategy for Social Change*, Singhal y Rogers se refieren de manera abreviada a cómo la investigación y el desarrollo teórico en años recientes han mostrado que el edu-entretenimiento ha motivado a individuos integrantes de una audiencia a hablar entre sí respecto de lo que aprenden de los mensajes del E-E, y a involucrarse en lo que ellos llaman *cambio de conducta socialmente solidario*. Según muchos estudios, los efectos de la implementación del edu-entretenimiento a menudo se generan como resultado de la *interacción para-social* y la *imitación de modelos*, con personajes mediáticos positivos y negativos, por parte de integrantes de una audiencia. Existe evidencia de cómo los miembros de una audiencia incorporan el lenguaje de sus modelos a imitar al hablar con otros acerca de los mensajes del edu-entretenimiento, y de cómo ponen en práctica nuevos comportamientos en el contexto de la vida real. Un ejemplo de cómo el discurso cotidiano es influenciado por los programas data de la emisión de *Simplemente María*, en Perú, entre 1969 y 1970, que llevó a que todas las empleadas del servicio doméstico en el país fueran llamadas María. Otro ejemplo es cómo el nombre del modelo negativo de Mkwaju en *Twende na Wakati* se tornó un apodo para los varones sexualmente promiscuos en Tanzania en la década de 1990 (Singhal & Rogers, 1999:144). Con base en estudios como estos, Singhal y Rogers sugieren que “el edu-entretenimiento tiene ciertos efectos como catalizador de la *comunicación interpersonal entre pares*, llevando a cambios en el *discurso social* de la audiencia” (itálicas del autor).

Como trasfondo, una especialización del E-E aún poco desarrollada se está enfocando en las formaciones discursivas que aparecen en los textos de E-E.

Queda por investigar la articulación de discursos al nivel de los textos derivados del edu-entretenimiento, así como la producción y la recepción.

Conclusión respecto del marco teórico

Hemos descrito y discutido la creciente atención brindada a los determinantes sociales y estructurales de los comportamientos y acciones de las personas. Una cuestión pertinente que se debe considerar adicionalmente es la creciente atención brindada a las cuestiones relativas a la gobernabilidad. Muchos cuerpos gubernamentales e inter-gubernamentales han comenzado a interesarse en “escuchar”. Algunos ejemplos son: los estudios de la comunicación para el empoderamiento en el Centro para la Gobernabilidad del PNUD, estudios de oyentes en ASDI (Suecia); conversaciones con la comunidad en el PNUD; y el incipiente interés del Banco Mundial en la comunicación participativa y la vinculación entre gobernabilidad y comunicación.

Estas tendencias discursivas y orientadas a políticas en la práctica del desarrollo y la cooperación remiten a la necesidad de establecer otros conjuntos de indicadores que capturen estos procesos, los cuales yacen distantes de los indicadores tradicionales para, por ejemplo, la comunicación relativa al VIH/SIDA. La comunicación para el cambio social apunta a enriquecer el diálogo y el pensamiento crítico y estimular procesos sinérgicos y dialógicos entre acción y reflexión. Abre la posibilidad de una mayor atención a cuestiones sociales más amplias, y a menudo orientadas a la comunidad, tales como participación, voz, eficacia colectiva y cohesión social.

También plantea una serie de desafíos metodológicos en términos de cómo evaluar si una intervención comunicacional –como por ejemplo FEMINA HIP– está contribuyendo a procesos de empoderamiento y cambio social.

METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Metodología

En el artículo “A theoretical agenda for entertainment-education” Singhal y Rogers (2002:120) proponen una agenda teórica para el campo del edu-entretenimiento, sintetizada en los siguientes cinco puntos.

1. Las investigaciones teóricas del edu-entretenimiento debieran prestar mayor atención a la tremenda variabilidad entre las intervenciones de tipo E-E.
2. Las investigaciones teóricas del edu-entretenimiento debieran prestar mayor atención a las varias resistencias a las intervenciones de tipo E-E.
3. La teorización del E-E se beneficiará de investigaciones minuciosas de los aspectos retóricos, lúdicos y afectivos del E-E.
4. La investigación de los “efectos” del E-E debiera considerar el empleo de un más amplio entendimiento de los cambios a nivel individual, grupal y social.
5. La investigación de los “efectos” del E-E debiera ser más receptiva al pluralismo metodológico y la imaginación creativa al medir.

Esta agenda de investigación sigue estando en cierta forma enraizada en el paradigma de la comunicación para el cambio de comportamiento, reflejado, por ejemplo, en los puntos 2 y 5. El punto 2 se refiere a explorar las “resistencias” a las intervenciones de E-E, lo cual implica una forma de comunicación dirigida que, si se elimina toda “resistencia”, puede transferirse bien. El punto 5 se refiere a la investigación de los “efectos”, que es sólo una conceptualización de la relación entre las iniciativas de comunicación y las personas que se involucran con ellas. Sin embargo, esta agenda de investigación remite a la amplitud en la investigación del E-E y proporciona ciertas ideas metodológicas relevantes para este estudio:

- *Evaluando el interés de la audiencia y los efectos intermedios*

Mucha de la investigación temprana referida al edu-entretenimiento se centró en evaluar *si* la estrategia tenía efectos. Esos estudios analizaban los cambios en el conocimiento, las actitudes y los comportamientos de los miembros de la audiencia, pero no examinaban *cómo* tenían lugar estos cambios. Más recientemente, los investigadores interesados en el E-E han comenzado a explorar el proceso mediante el cual las intervenciones de E-E tienen “efecto”, y en qué formas las audiencias se involucran en los programas. “El interés de la audiencia es el grado en que sus miembros toman parte en la reflexión sobre, y la interacción para-social con ciertos programas mediáticos, resultando por ende en un cambio de comportamiento ostensible,” señala Suruchi Sood (2002:153). El foco aquí sigue estando

primariamente en la implicación a nivel emocional y psicológico, y no está orientado a la acción social. Sin embargo, la operacionalización del interés de la audiencia de Sood representa una importante apertura en dirección al amplio campo de los estudios de la recepción que surgió a partir de los estudios culturales británicos en la década del ochenta.

No obstante, la mayor parte de la investigación relativa al E-E sigue estando en la actualidad enraizada en los estudios de la comunicación (incluyendo el marketing y las relaciones públicas) y especialmente en explorar los efectos en el comportamiento a partir de las teorías sociales y psicológicas. Como mencionamos en la sección 3, el propósito epistemológico de la comunicación para el cambio social no se ocupa únicamente del cambio de comportamiento individual, sino que remite a las agendas de los derechos humanos, la ciudadanía y la justicia social, y por ende indaga más profundamente en la relación entre comunicación y empoderamiento, comunicación y acción colectiva, comunicación y articulación del pensamiento crítico, etc. El objetivo comunicacional va más allá del cambio de comportamiento a nivel individual y consiste más bien en alcanzar cambios en la sociedad de una naturaleza estructural y política. La comunicación para el cambio social, por ende, está planteando nuevos desafíos a la historia, la trayectoria y el cuerpo de conocimiento en los cuales se funda la mayor parte de la investigación en E-E, llevando el foco más allá de la investigación de los “efectos” y en dirección a una arena más política. La comunicación para el cambio social es, en última instancia, comunicación política.

- *Implicación de la audiencia*

Suruchi Sood (2002:157) proporciona definiciones claras de las formas más comúnmente analizadas de implicación de la audiencia en su artículo “Audience involvement and entertainment-education”.

1. La *reflexión* se describe como “el grado en que los miembros de una audiencia consideran un mensaje mediático y lo integran en su propia vida”. Se la divide en: a) *reflexión referencial*: “el grado en que los individuos de una audiencia vinculan un programa mediático con sus experiencias personales”, por ejemplo, discutiéndolo con otros en términos de sus propios problemas, y b) *reflexión crítica*: “el grado en que los miembros de una audiencia se distancian de, e involucran

en, la construcción estética de un programa mediático”, por ejemplo reconstruyéndolo o sugiriendo cambios al mismo.

2. La *interacción para-social* se divide en: a) *interacción orientada afectivamente*: “el grado en que los miembros de una audiencia se identifican con personajes u otras características salientes de un programa mediático (por ejemplo, un lugar o comunidad);” b) *interacción orientada cognitivamente*: “el grado en que los miembros de la audiencia prestan cuidadosa atención a un programa o episodio mediático y piensan respecto de su contenido educativo una vez que ha terminado”, y c) *interacción orientada al comportamiento*: “el grado en que los individuos hablan con, o acerca de, los personajes mediáticos y organizan sus horarios a fin de hacerse tiempo para ver un programa”.

Además de estos niveles, Sood, en línea con otros autores, también discute tres formas específicas de *efectos inmediatos* que son analizados frecuentemente en la investigación del E-E. Estas son: 1) un aumento de la *auto-eficacia o confianza en uno mismo*, 2) un aumento en la *eficacia colectiva*, y 3) una mayor *comunicación interpersonal* entre los individuos de la audiencia, definidas como sigue:

1. *Autoeficacia o confianza en uno mismo* es un término usado por el psicólogo social Albert Bandura, definido como “la creencia de las personas en sus capacidades para ejercer control sobre eventos que afectan sus vidas” (Sood, 2002:159). Este concepto llama la atención sobre la importancia de las reflexiones cognitivas de una persona cuando evalúa un mensaje mediático (Papa et ál., 2000:34), y según Bandura debiera ser estudiado de manera tan específicamente situada como sea posible (Sood, 2002:159).
2. *Eficacia colectiva* es un concepto relevante en muchos países donde se implementan intervenciones de E-E, en tanto estas culturas a menudo son colectivas más que individuales. Es un aspecto a nivel del sistema de la teoría social cognitiva de Bandura, definido en palabras de este como “la creencia de las personas en sus capacidades conjuntas para fraguar intereses divergentes en una agenda compartida, para incorporar apoyos y sumar recursos para la acción colectiva, para diseñar estrategias efectivas y ejecutarlas exitosamente, y para soportar una oposición enérgica y contratiempos desalentadores.” (Bandura, 1995, citado en Sood, 2002:159).

3. La promoción de la *comunicación interpersonal* se considera un paso esencial para el cambio social, y la investigación de programas de E-E ha mostrado que la implementación de estrategias de E-E a menudo lleva a discusiones acerca de los programas y contenidos educacionales entre pares en sus comunidades.

Como se hace a menudo en la investigación de los efectos del E-E, Sood lleva a cabo un análisis cuantitativo de la implicación de la audiencia en *Tinka Tinka Sukh* en India, usando estos términos como categorías predeterminadas. La autora sugiere, al fin y al cabo, que “la construcción de sentido y las técnicas de análisis de la recepción” podrían utilizarse a fin de hacer progresar este análisis. De manera interesante para nuestro estudio, Sood menciona que: “por ejemplo, el análisis cualitativo textual de cartas de miembros de la audiencia puede ayudar a entender el interés de la audiencia mediante sus propias palabras” (Sood, 2002:168). Un problema con este enfoque cuantitativo, que hemos planteado en otra oportunidad³ (y que Sood admite también), es la falta total de contextualización cultural. Más aún, su sugerencia de usar “técnicas del análisis de la recepción” no cambia el propósito epistemológico del estudio, sino que más bien introduce nuevas técnicas para entender mejor cómo las intervenciones comunicacionales impactan el comportamiento individual.

A pesar de las limitaciones identificadas en la propuesta metodológica de Sood, esta constituye un útil primer paso para explorar la implicación de la audiencia y los “efectos intermedios”. Para ese propósito, la conceptualización enunciada arriba es relevante.

Metodológicamente, podríamos encontrar inspiración en el artículo “Efficacy in letter-writing to an entertainment-education radio serial”, de Sweetty Law y Arvind Singhal (1999), quienes utilizan el análisis cualitativo de las cartas a *Tinka Tinka Sukh* a fin de descubrir *inductivamente* qué tipos y niveles de implicación de la audiencia están teniendo lugar, en vez de buscar tipos ya definidos *deductivamente*. Los autores encontraron cuatro tipos de efectos del orden de la eficacia – cognitivos, afectivos, motivacionales y comportamentales –y tres aspectos de la eficacia –fuerza, magnitud y generalidad–.

³ Ver por ejemplo Thomas Tufte (2003).

Teóricamente, podríamos encontrar inspiración en “Entertainment-education and social change: an analysis of parasocial interaction, social learning, collective efficacy, and paradoxical communication” (Papa et.al., 2000), cuyos autores nos recuerdan que el proceso de cambio social no es lineal, y suman las dimensiones teóricas de poder y hegemonía al análisis.

- *Contextualizar las cartas “etnográficamente”*

En trabajos anteriores Thomas Tufte argumenta a favor de la etnografía de las audiencias en la investigación del E-E, y subraya que la diferencia entre la etnografía de las audiencias y el análisis de la recepción es tanto de naturaleza epistemológica como teórica. Por ende, si bien el análisis de la recepción representa un movimiento que va desde la investigación de los efectos hacia una orientación más profundamente fenomenológica, todavía posee un objeto de estudio común con los estudios de los efectos: ambos limitan su enfoque a analizar la relación entre el texto mediático y su audiencia.

La etnografía de las audiencias examina relaciones de más amplio espectro, entre los medios, las personas y la vida cotidiana, y busca detectar tantos aspectos como sea posible del proceso cíclico de la comunicación. Como tal, metodológicamente se conecta bien con el más amplio propósito societal de la comunicación para el cambio social, buscando entender cómo una iniciativa comunicacional se vincula con prácticas sociales y culturales de manera más amplia. La etnografía de las audiencias es, consecuentemente, más del orden del análisis cultural que del orden del análisis de los medios. Mientras que los estudios de los efectos y el análisis de la recepción se centran en los medios, la etnografía de las audiencias sugiere un centrismo social y cultural (Tufte, 2003). En vez de ver a la cultura como un obstáculo para la información y el conocimiento, como solía ser el caso en la más temprana comunicación para el desarrollo, la cultura es considerada la “manera de vida” en el marco de la cual la “articulación de procesos políticos y sociales, el cambio estructural, la acción colectiva” debieran tener lugar (Tufte, 2003). Por lo tanto, la cultura debe ser interpretada y entendida en el análisis. Las narrativas de los miembros de la audiencia deben ser contextualizadas en su ámbito social, cultural e histórico.

El método de las observaciones o entrevistas –que a menudo son parte de la etnografía de las audiencias– no ha sido utilizado en este estudio en particular. En cambio, las narrativas de la audiencia expresadas en las cartas

han sido analizadas y posicionadas en un más amplio contexto cultural. El análisis de las cartas es una forma de interactuar con la audiencia en sus propios términos, en sus propias palabras, tal como las han escrito en las cartas que enviaron por iniciativa propia, y un contexto promisorio para analizar cuestiones, tales como la auto-eficacia o confianza en uno mismo⁴, como lo plantean Singhal y Rogers (2002:130) en su agenda teórica:

Las cartas de la audiencia representan una forma más bien “pura” de retroalimentación de la audiencia, y los académicos del E-E debieran considerar el utilizar el potencial de investigación de estos mensajes más plenamente. En general estas cartas no responden a una solicitud, son espontáneas (y por ende están libres de la parcialidad del investigador), están escritas en el lenguaje propio de quien escribe, y son ricas en perspectivas respecto de cómo las intervenciones de tipo E-E afectan a la audiencia.

Leif Galaen (2003: 5), inspirado por las ideas enunciadas arriba, sugiere en su estudio de la respuesta de los televidentes al programa de E-E sudafricano *SoulBuddyz*:

Quienes escriben las cartas estipulan qué ideas y cuestiones plantear, qué puntos de vista expresar sobre las cuestiones, y en qué forma y modo expresarlos. Muchas ideas originales podrían surgir de este tipo de retroalimentación. Esta reserva de información permanece ociosa si se la conserva sin analizar en los cajones de las organizaciones.

Al analizar la retroalimentación de los oyentes a la serie radial de E-E *Tinka Tinka Sukh* en India, Sweetey Law y Arvind Singhal (1999: 360f) subrayan que:

La importancia de la escritura de cartas como un dominio de estudio de los efectos de los medios masivos es especialmente pertinente en países en vías de desarrollo como India. A diferencia de EE.UU., o cualquier país desarrollado, donde los oyentes pueden llamar con facilidad a un programa de radio, en India, que tiene sólo un teléfono por cada 100 personas, la escritura de cartas es a menudo el modo principal de retroalimentación por parte de los oyentes. Cuando estos escriben por iniciativa propia, ponen en juego “agencia”, esto es, actividad auto-dirigida. La capacidad humana de agencia es central a los procesos causales que gobiernan el cambio (Bandura, 1989). Este despliegue de agencia es un dato importante respecto de la

⁴ Ver por ejemplo Law, Sweetey & Arvind Singhal (1999).

eficacia expresada en los niveles de la creencia y del comportamiento. [...] Por ende, la escritura de cartas, ya sea voluntaria o promovida, es una actividad importante por parte de los oyentes y puede ser clave para un mejor entendimiento de la extensión de cuestiones centrales para las vidas que la intervención de los medios masivos busca mediar y cambiar.

Tal como varios investigadores que han trabajado con cartas de la audiencia están señalando, quienes las escriben no debieran ser considerados como representativos del integrante promedio de la audiencia; a menudo representan un grupo altamente involucrado⁵. Sin embargo, podríamos argumentar que sus narrativas pueden usarse para mostrar indicaciones de cómo los y las jóvenes de Tanzania están hablando acerca de cuestiones relevantes para FEMINA HIP. Dado que quienes escriben las cartas son lectores/as de las revistas, y muy probablemente incluso lectores influyentes (potenciales líderes de audiencia), en muchos casos sus cartas indicarán en qué maneras las revistas los/as han influenciado, y cómo han de influir en sus comunidades.

Además de contextualizar las cartas en el ámbito socio-histórico de Tanzania correspondiente a un tiempo en particular, también será necesario vincularlas de diversas maneras con otras investigaciones realizadas sobre FEMINA HIP, a fin de efectuar comparaciones con resultados de grupos de opinión (*focus groups*) y encuestas a las audiencias, así como de vincular las narrativas contenidas en dichas cartas con el contenido —con las temáticas educativas— de las revistas *Fema* y *Si Mchezo!*⁶. Esto, sin embargo, constituye una más amplia agenda de investigación para el estudio del impacto de FEMINA HIP sobre la sociedad en Tanzania y por ende está más allá del espectro inmediato de este análisis de cartas de lectores.

- *Midiendo el impacto en la sociedad*

Complementando el trabajo para evaluar los “efectos intermedios” que el esquema de Sood nos ha ayudado a delinear, se está prestando creciente atención académica al desarrollo de instrumentos de monitoreo y evaluación que permitan analizar los resultados de la comunicación para el cambio social. Un texto desarrollado tempranamente por Figueroa et ál. (2002)

⁵ Ver por ejemplo Galaen, Leif (2003); Law & Singhal (1999: 360f).

⁶ Para estudios de cartas conducidos internamente, ver FEMINA HIP (sin fecha); *Dallmer* (2006). También relevantes son Fuglesang (2006) y las evaluaciones mencionadas aquí.

identifica 7 indicadores clave del cambio social. Desde la lógica de los estudios de los efectos, en esta obra se desarrolló una metodología para cuantificar los cambios en curso, buscando por ende “sopesar” numéricamente el cambio. Esta es una tarea difícil, en tanto los indicadores buscan capturar procesos de cambio social. Sin embargo, a pesar de las limitaciones, hemos utilizado esos siete indicadores de cambio social en este estudio: liderazgo, grado de equidad en la participación, equidad en la información, autoeficacia colectiva (o confianza en sí), sentido de pertenencia, cohesión social y normas sociales. Estos indicadores fueron incorporados al esquema de codificación, en el cual un total de 11 indicadores fueron tematizados (ver Anexo 1). Los indicadores del interés y la participación de la audiencia por ende fueron desarrollados tanto para captar procesos de reflexión individual y diálogo interpersonal como procesos que contribuyen al cambio social.

Diseño de la investigación

Tal como hemos planteado, FEMINA HIP recibe cientos de cartas cada mes que se clasifican siguiendo más de una docena de categorías según su destinatario, propósito y contenido. Las categorías y el sistema de archivo han evolucionado a lo largo del tiempo a medida que la organización ha evolucionado y ha expandido su campo de acción.

Este estudio se centra en tres categorías de cartas recibidas por cada una de las dos revistas, *Fema* y *Si Mchezo!*: Consejos/Sugerencias, Voz y Cartas de lectores. Cada una de esas categorías corresponde a una sección editorial en las revistas en la cual las cartas se publican y responden⁷. Si bien varían en contenido y formato, estas cartas tienen ciertos elementos en común: son espontáneas en términos de contenido (si bien los editores alientan a los lectores a que escriban), y es lógico asumir que quien escribe espera ver su carta publicada en la revista. Por supuesto, no todas las cartas pueden ser publicadas y el estudio no discrimina sobre la base de si una carta ha sido publicada o no. FEMINA HIP realiza, sin embargo, un esfuerzo por responder directamente a aquellas cartas que no son publicadas, a fin de asegurarse de mantener un diálogo. Estas categorías de cartas fueron elegidas también en tanto parecían ser algunas de las más ricas en términos de la participa-

⁷ Las secciones editoriales son las siguientes: Fema Dear Aunty/Uncle (advice); Fema Your voice (Sauti yangu); Fema letters from Readers (barua); Si Mchezo! Advice (Ushauri); Si Mchezo! My Voice (Sauti Yako); Si Mchezo! Letters from readers (barua).

ción de la audiencia, ya que generalmente son escritas para pedir o brindar consejos, expresar opiniones o compartir experiencias.

Este estudio se centró en los archivos que contenían las cartas que corresponden a las categorías seleccionadas desde el origen de FEMINA HIP en 1999 y hasta finales de 2007. Sin embargo, se descubrió en el proceso que los nombres de los archivos y el sistema de catalogación no han sido consistentes a lo largo de los años, y que ciertas cartas probablemente se hayan perdido, especialmente correspondientes a los inicios del proyecto. El número total de cartas en estas categorías fue aproximadamente 2.040⁸.

Una cantidad limitada de categorías se consideró necesaria a fin de mantener el estudio dentro de un contexto manejable. Ello podría haber agregado ciertas limitaciones, en tanto otras categorías valiosas fueron excluidas en el proceso. Un ejemplo pertinente son las cartas escritas por los y las integrantes del Club Fema. Estas cartas tienen a veces la forma de reporte, otras veces discuten las más recientes actividades, y regularmente incluyen fotos. En el futuro, podría ser útil comparar esas cartas con las categorías analizadas en este estudio, especialmente en relación a los tipos de intervención demostrados de la audiencia.

Procedimiento de muestreo para el estudio cuantitativo

El análisis del contenido cuantitativo se basó en un muestreo del 33% de las 2.040 cartas localizadas en las categorías de archivo arriba mencionadas. Se seleccionó cada tercer carta de cada carpeta del archivo y se la fotocopió en su totalidad.

Se desarrolló una lista cuantitativa de códigos que contenían 44 preguntas divididas en las siguientes cuatro secciones: características demográficas del autor o de la autora de la carta; características de la carta; contenido de la carta; y tipos de intervención de la audiencia.

⁸ Alrededor de 100 mensajes de *e-mail* fueron encontrados, pero se excluyeron en tanto el *staff* de FEMINA HIP responsable por las cartas declaró que sólo recientemente habían comenzado a archivar la correspondencia recibida por *e-mail*.

Muestreo cualitativo

Se desarrolló un análisis cualitativo con el objetivo de explorar en mayor profundidad los tipos de intervención que están teniendo lugar. Se utilizó un enfoque inductivo, de modo tal que el material informó el análisis y gobernó el modo en que los conceptos fueron entendidos en el marco del contexto particular de FEMINA HIP. Las diferentes expresiones de intervención de la audiencia fueron interpretadas teniendo en cuenta las dimensiones del poder, especialmente género, edad y educación.

En total, 50 cartas (8%) fueron elegidas de la muestra codificada de 638 y traducidas al inglés, a partir de clasificar las cartas en tres meta-categorías basadas en los tipos de intervención de la audiencia detectados al codificarlas cuantitativamente. Las categorías son:

- **Categoría I - Reflexión individual**
Temas: reflexión referencial, interacción afectiva para-social, confianza en sí mismo
- **Categoría II – Diálogo interpersonal**
Temas: pensamiento crítico, eficacia colectiva, diálogo comunitario
- **Categoría III - Acción social**
Temas: acción colectiva, liderazgo, interrelación social, cohesión social, participación en la esfera pública

Esta categorización se organizó para trabajar con tres grupos de indicadores: la primera, referida a los procesos individuales psico-sociales de identificación y reflexión (denominados reflexión individual); la segunda, relacionada con procesos colectivos de reflexión, pensamiento crítico y diálogo (denominados diálogo interpersonal); y la tercera, referida a los procesos colectivos y públicos de acción que podrían tener impacto social (denominados acción social).

Cada una de las tres categorías se trató individualmente y se tomaron muestras de manera independiente, sin asumir ninguna conexión lineal de un proceso de cambio de comportamiento a otro. Esto hizo posible explorar tres categorías diferentes de intervención de la audiencia en forma independiente. No se excluyó una relación lineal, pero esta no guió la selección. El análisis exploró la posibilidad de un flujo continuo de intervención de la

audiencia, o más bien las conexiones recíprocas que podrían existir entre diferentes procesos de cambio.

ANÁLISIS CUANTITATIVO

El análisis cuantitativo puso de relieve los siguientes puntos de interés:

- La mayoría de quienes escriben son varones, e incluso un más alto porcentaje de fotos (en términos relativos) fue enviada por varones. Esto evidencia un mayor nivel de agencia entre los varones, así como quizás un mayor deseo de participar o tener visibilidad en la esfera pública. Sin embargo, el hecho de que las escritoras mujeres muestren mayor intervención en la audiencia es sumamente significativo.
- La edad promedio de quienes escriben se correlaciona estrechamente con el público objetivo principal de FEMINA HIP.
- Una amplia proporción de quienes escriben son estudiantes; el público objetivo principal en el caso de la revista *Fema*.
- En términos de geografía, las cartas provienen de todo el país, no sólo de las ciudades principales.
- El número total de cartas crece en el tiempo, a medida que las revistas expanden su alcance.
- Cada tercera carta escrita a *Fema* estaba en inglés; esto se vincula, sin duda, a la gran cantidad de cartas de estudiantes de nivel secundario que son educados en este idioma.
- Muchas cartas usan un lenguaje formal, que también podría ser resultado del uso del inglés, o consecuencia de que los estudiantes están poniendo en práctica lo aprendido respecto de cómo escribir cartas formales.
- Los temas y cuestiones presentados en las cartas son altamente relevantes para las prioridades estratégicas principales de FEMINA HIP. El VIH/SIDA es el tema más común. El género, sin embargo, es un tema muy poco común.
- Casi un 50% de las cartas son de naturaleza consultiva, mientras que un 38% expresan opiniones, lo cual demuestra que los lectores usan la revista para dar consejos a sus pares sobre cuestiones importantes y para compartir sus puntos de vista.

ANÁLISIS CUALITATIVO DE LAS CARTAS

El análisis cualitativo apunta a:

1. Proporcionar un entendimiento más profundo del contenido de las cartas enviadas a las revistas *Fema* y *Si Mchezo!*
2. Analizar las principales características cualitativas de las cartas.
3. Evaluar cómo estas cartas se vinculan con el marco analítico establecido para el análisis de la intervención de la audiencia. Esto incluye proporcionar una auto-reflexión crítica respecto de la validez de este instrumento como medio para evaluar la intervención de la audiencia.
4. Proporcionar recomendaciones, tanto a FEMINA HIP de manera específica, como a otras organizaciones e investigadores interesados en trabajar con cartas, respecto de evaluar cómo las audiencias reciben, y se involucran con, medios de comunicación dirigidos por ONGs.

Uno de los más impactantes elementos de estas cartas de lectores vinculados con FEMINA HIP es la confirmación de que los humanos son básicamente animales sociales que, cuando están inspirados e involucrados, se esfuerzan por compartir, reunirse y organizarse en grupos, en este caso los Clubes Fema. Los beneficios de estar en un grupo son muchos, tornando la creación de significados, la interpretación, el aprendizaje y la acción mucho más fáciles. Formar parte de un colectivo constituye un proceso empoderador.

Las cartas de la categoría 1 nos muestran que muchas están expresando “reflexión referencial” y “relaciones para-sociales”, un tipo de vínculo que comienza a menudo a nivel individual, mostrando que la gente está leyendo e interactuando con el material de manera entusiasta. La metodología de edu-entretenimiento de FEMINA HIP se dirige a las personas, las involucra y se vincula con sus emociones y experiencias. Las empodera, y las inspira a compartir, discutir con otros en el grupo y transformar su compromiso en una cuestión colectiva.

En Tanzania los lectores están agradecidos. Les entusiasma recibir productos FEMINA HIP, en tanto no reciben ningún otro material y por ende estos son **únicos**, una primera posibilidad de dar voz a sus puntos de vista y expresarse que resuena muy bien con la situación de la gente. Cuando se quiere ser parte de algo y expresarse sin temor, el potencial es abrumador.

Una de las razones por las cuales tan pocas voces son críticas debe ser discutida quizás en conjunción con la abrumadora cantidad de voces positivas.

Esto nos dice algo acerca de la mentalidad imperante en Tanzania, especialmente en lo que respecta a la esfera pública. El país carece de críticos políticos, musicales y artísticos; la gente no expresa críticas de manera directa. Esto refleja lo que una vez fuera una sociedad totalitaria, dominada por el Estado. El Estado era el que todo lo daba, y Nyerere era el padre y el cerebro de la nación. La crítica no fue alentada. Asimismo, la prensa libre no está bien desarrollada, particularmente en las áreas rurales, pero las cosas están cambiando y la gran cantidad de voces positivas expresa un deseo de participar, un deseo de ser escuchados, **semillas de expresión democrática y participación**. El hecho de que las voces críticas provengan de miembros que no reciben enseñanza formal, y varones, debiera ser explorado en relación con la dimensión de género, pero también en términos del foco y el apoyo de los Clubes Fema como un fenómeno escolar. Los jóvenes que no asisten a la escuela están inquietos, pero muy dispuestos a formar parte de la iniciativa de FEMINA HIP, y su participación en los Clubes Fema tiene más que ver con su iniciativa que con la de HIP —algo interesante de destacar.

El análisis de las cartas en las categorías 2 y 3 es interesante en tanto muestra claramente la progresión general. Lleva un tiempo que la gente se familiarice con el estilo de comunicación e internalice la manera de comunicarse, pero finalmente sucede. Un paso adelante natural a partir de allí es comenzar a compartir, a hablar a otras personas acerca de estas cuestiones, y luego querer involucrarse como educadores de sus pares, consejeros, y en grupos que generan clubes. Quienes están empoderados para escribir cartas son también a menudo quienes se hacen cargo de “liderar” y organizan los clubes y otras actividades. Alguien debe conducir el proceso, y está claro que los líderes son a menudo quienes han llegado a apreciar la misión de FEMINA HIP y sentirla como propia. Categorías tales como eficacia social, diálogo comunitario y vinculación social son muy similares e interdependientes, y vitales para la acción social.

Las cartas revelan que **la naturaleza periódica y a largo plazo** de los medios de FEMINA HIP es vital a fin de crear un proceso gradual de incorporación que lleve a los grupos y clubes a asumir responsabilidad por la agenda. También subraya cuán importante es para FEMINA HIP trabajar con **la movilización comunitaria** y contribuir a asegurar que grupos y clubes

se constituyan como foros dinámicos para aprender, interpretar e iniciar acciones, no sólo como individuos sino como colectivo. Aquí yace el desafío para la comunicación para el cambio social.

CONCLUSIONES GENERALES

a. Un resumen de los hallazgos más importantes derivados del análisis de las cartas

La cuestión central que guió este estudio fue: *¿cómo y en qué grado las personas comunes se están involucrando en iniciativas conducidas por la sociedad civil a fin de controlar algunos de los más severos desafíos que Tanzania enfrenta en términos de desarrollo?*

El sencillo hallazgo de que la correspondencia enviada por la audiencia de FEMINA HIP crece de manera sostenida ilustra en sí mismo que existe un entusiasmo creciente entre los jóvenes por participar en la esfera pública. Que las cartas se originen en la totalidad de las 21 regiones de Tanzania, más Zanzibar, y en gran medida en pequeños pueblos y aldeas, muestra además que una iniciativa mediática como esta no es ya un fenómeno puramente urbano en Tanzania (cuestión por la cual iniciativas de comunicación para el desarrollo, tales como FEMINA HIP, son a menudo criticadas). Los resultados de este estudio indican que FEMINA HIP ha logrado, en sus intentos, llegar a personas de todo el país. Una gran proporción de quienes escriben cartas de lectores tienen entre 15 y 24 años, y casi la mitad dice ser estudiantes. Estos hallazgos contribuyen a nuestra evaluación positiva de la capacidad de FEMINA para llegar a su público objetivo principal, y para lograr involucrarlo. Pero un resultado notorio y en parte alarmante es que sólo un tercio de las cartas que indican género han sido escritas por mujeres. Por ende, si bien las cuestiones de género siempre han estado al tope de la agenda educacional de FEMINA HIP, y si bien se han realizado esfuerzos por involucrar y comprometer a varones y mujeres por igual, son los lectores varones quienes más están aprovechando la oportunidad.

En relación a la pregunta de investigación (1) *¿Cuáles son los temas/cuestiones más importantes discutidos por quienes han escrito cartas de lectores a las revistas Fema (antes Femina) y Si Mbezo a lo largo de los años (1999-2007), y por quiénes?* es de gran importancia que los temas y las cuestiones reflejados en las cartas analizadas en este estudio se correlacionan muy bien con los te-

mas educacionales de FEMINA HIP. Ello muestra que la organización logra involucrar y comprometer a su audiencia mediante sus productos. Más de la cuarta parte de las cartas se refieren al VIH/SIDA, el más importante tema educacional de las revistas *Fema* y *Si Mchezo!*. “Sexo y sexualidad”, “estilos de vida saludables” y “carrera/educación” son otros temas frecuentemente discutidos en las cartas que también corresponden al foco de las revistas. Temas tales como “Intervención de la juventud en la sociedad”, “Subsistencia”, “Democracia y responsabilidad en la gestión” y “Medioambiente” no se discuten tan ampliamente. Este podría ser un signo de que dichos temas aún no han sido captados por la audiencia. Como mencionáramos antes, han sido incluidos recientemente en la agenda de FEMINA HIP, y el discurso en torno a los mismos todavía no está lo suficientemente desarrollado en el contexto de Tanzania. Sin embargo, las cuestiones relativas a la subsistencia y la participación en la sociedad son de gran importancia y de interés para los jóvenes en Tanzania, tal como lo muestran investigaciones recientes (ver por ejemplo Helgesson, 2006). Pero los hallazgos podrían señalar también que el VIH/SIDA, las cuestiones relativas al sexo y las preguntas acerca de estilos de vida saludables son el tipo de temas que los jóvenes no pueden discutir abiertamente en ningún otro foro. Después de todo, quizás sea el área en que la FEMINA HIP cumple su función más importante.

En su mayor parte las cartas brindan consejos y expresan opiniones, lo cual implica que el compromiso es alto. A fin de resolver la pregunta de investigación (2) *¿Qué tipos de intervención de la audiencia y participación ciudadana se expresan en las cartas?*, el total de las 638 cartas de la muestra fueron codificadas para 11 tipos de “intervención de la audiencia y participación”. El análisis cuantitativo muestra que la intervención de la audiencia es fuerte, especialmente en lo que respecta a la reflexión referencial, y la confianza en sí y eficacia colectiva. El pensamiento crítico, por otra parte, así como los indicadores del tipo de intervención más del orden de la “participación ciudadana”, no se detectan tan frecuentemente. Este hallazgo podría vincularse a la situación de Tanzania en términos del desarrollo de la sociedad civil y la (falta de) participación de la gente en la gobernabilidad (participativa). Tal como lo discutiéramos brevemente en la introducción, el desarrollo de la sociedad civil en Tanzania ha tenido lugar en un contexto sumamente restrictivo, teñido por una larga historia de tradición de partido único, cuya cultura ha proyectado su sombra sobre la esfera pública hasta el día de hoy (ver por ejemplo Corrigan, 2006). Pero al indagar más profundamente en las cartas en el análisis cuantitativo, se torna evidente que sin importar cuán pocas puedan ser, aquellos entre quienes escriben cartas que están

dentro de la categoría de participación ciudadana en la esfera pública lo hacen con voces fuertes y comprometidas. A menudo se refieren a cómo están comprometidos con sus pares, compañeros de clase, estudiantes, amigos del club o la comunidad en general en lo que hace a aquellas cuestiones que sienten que deben ser debatidas urgentemente. Estas son importantes semillas de participación en la sociedad civil en expansión.

No sólo existe una falta de pensamiento crítico sino también una falta de crítica respecto de los productos de FEMINA HIP. Sólo muy pocos de quienes escriben expresan quejas respecto de las revistas, mientras que muchos elogian a FEMINA HIP (aún cuando su principal razón para escribir sea otra). Esto puede, tal como se ha señalado en la sección 5, estar relacionado con la escasez de este tipo de productos en el aún emergente mercado mediático de Tanzania. Cuando se las envía a las escuelas secundarias o centros para jóvenes en todo el país, *Fema* y *Si Mchezo!* sirven como productos “modernos” y actualizados tanto en términos de calidad como de contenido, al compararlos con los libros escolares comunes y corrientes u otros materiales mediáticos a los que los jóvenes tienen acceso. Más aún, una vez más la falta de una voz crítica dice algo acerca de la relación de los habitantes de Tanzania con la esfera pública como resultado de la ya mencionada historia de una cultura política estricta. Una cultura política que también ha proyectado su sombra sobre el mercado mediático, en el cual los medios autónomos, abiertos y críticos aún se encuentran subdesarrollados (ver por ejemplo Kilimwiko, 2002; Hydén et ál., 2002; Ekström, 2008). Los medios participativos no están muy extendidos, especialmente en las áreas rurales. Pero tal como otros estudios recientes han mostrado y este análisis indica, las cosas están cambiando y la gran cantidad de voces que desean ser escuchadas son importantes semillas de voz y participación democrática.

La pregunta de investigación (3) es: *¿Qué dice el análisis de las cartas acerca de la habilidad de FEMINA HIP para alcanzar sus objetivos de desarrollo generales?* Muchas de las voces de los y las jóvenes de Tanzania citadas en la sección cualitativa de este análisis indican que “disfrutan su derecho a acceder a la información y los servicios y están empoderados para realizar elecciones positivas e informadas, y llevar adelante estilos de vida saludables, a fin de reducir el impacto negativo del VIH/SIDA”. Muchas de las cartas muestran además que los lectores de *Fema* y *Si Mchezo!* están inspirados para emprender acciones a nivel social, tanto de manera individual como colectiva. Algunas cartas son de lectores interesados en dar inicio a un Club Fema y otras son escritas por grupos, lo cual a su vez muestra signos de que “las

comunidades ejercen su derecho a expresarse, participar en el debate público e involucrarse en la sociedad civil”. Esto probablemente se tornaría más claro si las cartas correspondientes a los clubes se incluyeran en el análisis también.

b. Un énfasis particular en el género

Las mujeres han resultado ser menos visibles en este estudio, tanto en términos de que tienden a escribir menos cartas como de que muy raras veces envían fotos con ellas. La cantidad de cartas de varones refleja la tendencia a nivel social de una mayor intervención de estos. Podría argumentarse que esto plantea un desafío a los sistemas de distribución de FEMINA HIP (esto es: ¿es necesario apuntar específicamente a las mujeres?). O podría no implicar una circulación más alta entre los varones, sino más bien que estos tienen mayor capacidad de agencia/recursos para enviar una carta. Este es probablemente el caso, y se correlaciona bien con los roles de género “tradicionales” que todavía prevalecen en gran medida en la sociedad en Tanzania, por los cuales las jóvenes y las mujeres, por ejemplo, no tienen el mismo acceso a los espacios públicos que los varones (ver por ejemplo Ntukula & Liljeström, 2004; Rwebangira & Liljeström, 1998; Tumbo-Masabo & Liljeström, 1994). Pero se trata de un resultado alarmante, en particular cuando se lo ve en relación con la tendencia de la pandemia de VIH —las mujeres son el grupo más vulnerable en Tanzania en la actualidad (THIS 2008). Y es quizás un resultado más bien sorprendente en un país en el que el movimiento de mujeres al menos se ha tornado bastante fuerte entre las educadas (Mbilinyi et ál., 2003; Chachage & Mbilinyi, 2003).

Al mismo tiempo, es importante destacar lo demostrado tanto en el análisis cuantitativo como en el cualitativo en términos de que más mujeres que varones muestran signos de intervención en la audiencia. Sin embargo, tienden a involucrarse de manera más emocional y psicológicamente reflexiva, tales como “reflexión referencial” e “interacción afectiva para-social”. En lo que respecta a las formas de intervención/participación más orientadas a la esfera pública, tales como “comunicación interpersonal”, “vinculación social” y “participación en la esfera pública”, los varones dominan (si bien de manera marginal). Por ende, el orden binario “tradicionalmente” definido por el género aún persiste: mujer equivale a cuestiones privadas y emocionales, y varón equivale a cuestiones públicas e intelectuales.

c. Comunicando para el cambio social

El propósito general de este estudio fue contribuir a la evaluación del rol de FEMINA HIP respecto de aportar al cambio social entre la juventud en Tanzania. Una vez más es importante subrayar que la mera existencia, y más aún, la cantidad continuamente creciente de lectores que escriben cartas y desean hacer escuchar su voz, es un signo promisorio. FEMINA HIP está contribuyendo al cambio social en curso en un país donde las cuestiones centrales a su agenda han estado (y siguen estando) rodeadas por una cultura de silencio (ver por ejemplo Ntukula & Liljeström, 2004). El hecho de que no sólo los jóvenes sino también los maestros estén escribiendo para describir cómo utilizan los productos FEMINA HIP en su tarea docente es prometedor, tal como podemos observar en la siguiente cita:

Soy docente en la escuela primaria de Maranje y leo *Femina* desde que estaba en la escuela secundaria. Las revistas me han ayudado mucho a cambiar y cada vez que las leo me fortalezco. También me ayudan a preparar mis clases –uso algunos de los textos publicados en la revista referidos a cuestiones tales como las habilidades necesarias para la vida cotidiana o asesoramiento. (302).

Este lector, como muchos otros en este estudio, muestra signos de un fuerte compromiso con FEMINA HIP y sus contenidos educacionales. Todos muestran fuertes signos de querer hacer correr la voz en la sociedad, un deseo de contribuir al cambio social. Esta cita, como muchos otros ejemplos en el análisis cualitativo, indica que una carta a menudo muestra signos de una multitud de indicadores de intervención y participación. La intervención de la audiencia a lo largo del tiempo, es sin embargo, consistente con las tendencias en la totalidad de las cartas recibidas. Una cuestión interesante es por qué no vemos mayor fluctuación en términos de tipos particulares de intervención a lo largo de los años. Quizás la respuesta a esta pregunta es del mismo tipo que la respuesta a la pregunta respecto de las cuestiones discutidas. La respuesta podría ser que sigue siendo aún en relación a las formas más psicológicas de intervención de la audiencia –llevando más al cambio de comportamiento individual– que FEMINA HIP juega su rol principal en la sociedad en Tanzania. Pero al indagar más profundamente en las voces expresadas en las cartas en el análisis cualitativo, hemos visto ya muchos signos claros de fuerte entusiasmo por participar en la esfera pública, disposición a contribuir, y creencia en el cambio social colectivo. Probablemente los datos se verían muy diferentes si las cartas de los Clubes

Fema se incluyeran en el análisis. Sugerimos que este podría ser un posible próximo paso para un análisis supletorio de la correspondencia de la audiencia de FEMINA HIP. Es factible que las cartas mencionen la cuestión de la movilización social y la sociedad civil emergente más fuertemente, y por ende los indicadores de participación ciudadana serían más fuertes. Otro paso posible podría consistir en analizar cómo el discurso en torno a ciertas cuestiones relevantes para FEMINA HIP (tales como el VIH/SIDA y/o el sexo y la sexualidad) ha cambiado a lo largo de los años, mediante un minucioso análisis crítico del discurso tanto de las cartas como del contenido de las revistas *Fema* y *Si Mchezo*.

Una de las contribuciones importantes de esta investigación –además de evaluar las actividades de FEMINA HIP según muestra su habilidad para estimular la intervención de la audiencia, y para analizar dicha intervención y la participación en profundidad– ha sido el desarrollar más aún la metodología y los métodos utilizados hasta ahora para estudiar las maneras en que la audiencia se involucra. El estudio ha apuntado a contribuir al giro metodológico que se correlaciona con el desplazamiento teórico de la Comunicación para el Cambio de Comportamiento a la Comunicación para el Cambio Social en la investigación y en la organización misma. Lo ha hecho mediante la combinación de indicadores de la intervención y participación de la audiencia que capturan tanto procesos de reflexión individual y diálogo interpersonal como procesos que contribuyen al cambio social. Al combinar métodos cuantitativos y cualitativos para el análisis, este estudio ha logrado ir más allá de la superficie de los datos y cifras del por lo demás comúnmente utilizado análisis cuantitativo. Mediante sus amplias referencias a los textos de las cartas de lectores a FEMINA HIP, ha dado voz al creciente grupo de jóvenes en Tanzania que están verdaderamente involucrados en algunos de los más serios desafíos que el país enfrenta en términos de desarrollo. Un grupo de jóvenes que expresan interés en hablar acerca de dichos desafíos en la esfera pública, y su disposición a contribuir al cambio social.

REFERENCIAS

- Bandura, A. (1995). "Exercise of personal and collective efficacy", in Bandura, A. (Ed.). *Self-efficacy in changing societies*. New York: Cambridge University Press. Quoted in Sood, S. (2002) "Audience involvement and entertainment-education" in *Communication Theory*, 12, (2), 153-172.

- Chachage, S. L. & Mbilinyi, M. (2003). *Against neo-liberalism. Gender, democracy & development*. TGNP / E&D Limited, Dar es Salaam.
- Corrigan, A. (2006). "Are the poverty reduction strategies changing the nature of state civil society relations in Tanzania", MA Dissertation, Dublin City University.
- Evans, A. & Erasto N. (2003). 'Tanzania' In: Booth, D. (Ed.). *Fighting poverty in Africa. Are PRSPs making a difference?* (pp247-273.) London: Overseas Development Institute.
- Dallmer, J. (2006). *Femina HIP letter analysis*. November 2005-January 2006.
- Ekström, Y. (forthcoming, 2008). *We are like chameleons. Popular culture, mediated dreams and navigation between different modes of femininity in early 21st Century Dar es Salaam*. Diss. Uppsala University.
- Femina HIP (undated). Unidentified statistics on letters 1999-2002.
- Femina HIP (2006). *5-year Strategic Plan Document, 2006-2010 HIP Multimedia Initiative in Tanzania*.
- Femina HIP (2007a). Logical Framework.
- Femina HIP (2007b). Annual Report.
- Figueroa, M.E., Kincaid, L., Rani, M. & Lewis, G. (2002). "Guidelines for the measurement of process and outcome of social change interventions". Baltimore, MD: CCP/JHU. Prepared for the Rockefeller Foundation.
- Fuglesang, M. (2005). "SiMchezo! Magazine. Community media making a difference", in Oscar Hemer & Thomas Tufte (2005). *Media and glocal change*. Gothenburg: Nordicom.
- Galaen, L. (2003). "Audience responses to SoulBuddyz: postulations and realities. A content analysis of letters in response to the SoulBuddyz Entertainment Education interventions". Available in: <http://www.soulcity.org.za/>
- Hall, S. (1997). "Introduction", in Hall (Ed.). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Open University. New Dehli/Thousand Oaks/London: SAGE.
- Helgesson, L. (2006). *Getting ready for life: Life strategies of town youth in Mozambique and Tanzania*. Diss. Umeå University.
- Hydén, G. et.ál., (2002). *Media and democracy in Africa*. Uppsala: The Nordic Africa Institute.
- Kilimwiko, L. (2002). *The fourth Estate in Tanzania*. Dar es Salaam: Colour Print.
- Law, S. & Singhal, A. (1999). "Efficacy in letter-writing to an entertainment-education radio serial", in *Gazette*, 61 (5) 355-372.
- May, A. & Magongo, J. (2005). 'NGOs in development and poverty reduction, and their relationships with donors and the state in Tanzania. Views from civil society'. Draft final report to the Centre for International Studies, Dublin City University. REPOA (Research on Poverty Alleviation) Tanzania.
- Mbilinyi et. ál., (2003). *Activist voices: Feminist struggles for an alternative world*. TGNP / Dar es Salaam: E&D Limited.
- Ntukula & Liljeström (Eds.). (2004). *Umleavyo - The dilemma of parenting*. Uppsala: The Nordic Africa Institute.

- Papa, M., Singhal, A., Law, S., Pant, S., Sood, S., Rogers, E., Shefner-Rogers, C. (2000). "Entertainment-education and social change: An analysis of parasocial interaction, social learning, collective efficacy, and paradoxical communication", in *Journal of Communication*, 50 (4) 31-55.
- Rwebangira & Liljeström (Eds.). (1998). *Haraka, Haraka. Look before you leap: Youth at the crossroad of custom and modernity*. Uppsala: The Nordic Africa Institute.
- Singhal, A. & Rogers, E. M. (1999). *Entertainment-education. A communication strategy for social change*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Singhal, A. & Rogers, E. M. (2002). "A theoretical agenda for entertainment-education", in *Communication Theory*, 12, (2), 117-244.
- Sood, S. (2002) "Audience involvement and entertainment-education", in *Communication Theory*, 12 (2), 153-172.
- THIS (2008). Tanzania Health Indicator Survey.
- Tripp, A. M. (2000). 'Political reform in Tanzania: The struggle for associational autonomy'. *Comparative Politics*, 32 (2), 191-214.
- Tufte, T. (2003). "Soap operas and sense-making: Mediations and audience ethnography", in Arvind Singhal, Michael Cody, Everett Rogers & Miguel Sabido (Eds.). *Entertainment-education and social change. History, research and practice*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Tufte, T. (2004). "Globalisation, identity and VIH/SIDA - Current challenges in promoting supportive environments for VIH/SIDA communication", *PANOS/HCP Health Communication Audit 2004-2005*.
- Tufte, T. (2005a). "Communicating for what? How globalization and VIH/SIDA push the ComDev Agenda", in Oscar Hemer & Thomas Tufte (2005) *Media and Glocal change. Rethinking communication for development*. Gothenburg: Nordicom.
- Tufte, T. (2005b). "Entertainment-education in development communication – Between marketing behaviours and empowering people", in Oscar Hemer & Thomas Tufte (2005), *Media and glocal chang. Rethinking communication for development*. Gothenburg: Nordicom.
- Tumbo-Masabo & Liljeström (Eds.). (1994). *Cbelewa, Cbelewa. The dilemma of teenage girls*. Uppsala: The Nordic Africa Institute.

ANEXO 1

Lineamientos para el análisis de la intervención de la audiencia (preguntas 31-42)

Los siguientes lineamientos se proporcionaron a todos los miembros del equipo codificador y se discutieron en la reunión informativa.

P 31 Reflexiones referenciales

La reflexión referencial es el grado en que miembro una audiencia vincula el producto mediático y su contenido a su propia vida, experiencias personales y problemas; por ejemplo, mediante la discusión con otros en términos de sus propios problemas.

Ejemplo 1: Mpendwa mhariri, nashukuru sana kuweza kuelewa kuhusu ukimwi. Hapo mwanzo sikuelewa kama kweli ukimwi unaweza kuepukika lakini kupitia Femina nimeweza kuelewa njia mbalimbali za kuepukana na ukimwi. Nashukuru sana kwani elimu hii niliyoipata itanisaidia sana. (De una carta sin título, escrita por una mujer, 07/12/2005)

Ejemplo 2: Nashukuru kupata nafasi hii katika jarida maridhawa la si mchezo!. Napenda kuwashirikisha wenzangu machache niliyo nayo. Kwa kusoma jarida hili nimejifunza mambo mengi sana tena limenipa faida kwa namna moja au nyingine.

P32 Pensamiento crítico

El pensamiento crítico es el grado en que un individuo de la audiencia se distancia del producto y responde a este; por ejemplo, mediante la reconstrucción de su contenido y sugerencias de cambios en él.

Ejemplo 1: Ushauri wetu kwenu ni kuongeza mabalozi wengi huhusani katika mashule ambako watu wengi wapo. Kama mtafaulu kuwa na wawakilishi wengi ambao ni wanafuni itakuwa rahisi watu kupata ujumbe kwani wanafunzi wanatoka sehemu mbalimbali hivyo watawaelimisha ndugu zao pindi waendapo likizo. (De un e-mail de un maestro, 20/04/2007)

P33 Interacción para-social afectiva

La interacción para-social afectiva es el grado en que un miembro de la audiencia se involucra personalmente, forma una relación o se identifica con el producto mediático, las marcas y las personas involucradas en estos (por ejemplo, un lugar o comunidad o, en nuestro caso, un editor).

Ejemplo 1: Querida tía Grace, ¿cómo estás? Espero que la vida te esté tratando bien. Yo estoy físicamente bien pero mentalmente no estoy tan segura, porque los estudios son muy difíciles. Gracias por la carta y por la amabilidad que has mostrado hacia mí y hacia nosotras, tía Grace. [...] Tía, sé que no dejarás que nuestras fantasías desaparezcan y que nos ayudarás mucho. Dale mis saludos a la tía Lydia. ¡Te queremos, revista Femina! (De una carta de una mujer (un grupo de mujeres), 25/10/2005)

Ejemplo 2: whatz up fema. Masela wa SONGEA BOYS, tunaifagi sana kwa jinsi mnavyo tufumbua vijana kwa ushauri na mambo mengi ya husuyo UKIMWI NA AFYA YA UZAZI. Tunawapa BIG UP NYINGI NI SISI STEV MSHUZA, INNOCENT CHRIS, ZEROY, HAFIDHI MBAWALA, SIMSOKWE, HENRY ALL FRM 6PCB WE SEND OUR WISHES TCHAO! (E-mail de un grupo de varones, 13/06/2007)

P34 Confianza en sí o autoeficacia

La autoeficacia es la creencia de una persona en sus capacidades para ejercer control sobre eventos que afectan su vida (por ejemplo, para cambiar sus circunstancias, desarrollar estrategias efectivas e implementarlas exitosamente, y para resistir una oposición contundente y adversidades desalentadoras).

Ejemplo 1: En tanto soy uno de los estudiantes, estoy jugando un gran rol en mi sociedad respecto de brindar educación acerca del VIH/SIDA. (De una carta titulada “Cambiemos” escrita por un varón, 28/02/2007)

Ejemplo 2: [...]kwa kweli Femina inanivutia na inanipa msukumo wa kuelimisha vijana wenzangu na kuwapa hamasa ya kujikinga na maambukizi dhidi ya ugonjwa wa ukimwi ambao wengi wao waamezama kwenye dimbwi la ulevi na anasa za kila aina ambako huko ndiko kwenye asilimia kubwa ya chanzo cha ongezeko la ugonjwa huu wa ukimwi... (De una carta sin título escrita por un varón, 28/08/2006)

Ejemplo 3: [...] la abstinencia es posible; de hecho, no me estoy perdiendo nada por haberme abstenido del sexo. Sigo teniendo amigos, mujeres y varones, con quienes intercambio puntos de vista, nuestra relación sigue siendo firme[...] ¿Puedo sugerir que “el sexo puede esperar, de modo que nuestras vidas estén en primer lugar” sea nuestra consigna en esta guerra? (De una carta titulada “Abstinencia” escrita por un varón, sin fecha).

P 35 Eficacia colectiva

La eficacia colectiva es la creencia de las personas en sus capacidades conjuntas para ejercer control sobre eventos que afectan sus vidas (por ejemplo, para transformar intereses divergentes en una agenda compartida, sumar

apoyos y recursos para la acción colectiva, desarrollar estrategias efectivas y ejecutarlas exitosamente, y para resistir una oposición contundente y adversidades desalentadoras).

Ejemplo 1: Queridos hermanos y hermanas, ayudémonos a educarnos nosotros mismos acerca de diferentes enfermedades de transmisión sexual mediante la formación de grupos de discusión y demás (Felicitaciones a todos los que han armado grupos de discusión). En los grupos de discusión podemos tener obras de teatro, canciones, poesía, y demás, todo para educar a los jóvenes (nuestros pares). Vos, como joven, ¿alguna vez discutiste algo con tu par acerca de tu vida como joven? Creo que tenés la respuesta. (De una carta titulada “Atención por favor”, escrita por un varón, 10/01/2007).

Ejemplo 2: Es hora para todos entre nosotros jóvenes/estudiantes de que cambiemos nuestra manera de pensar y nos unamos para luchar contra esta enfermedad (SIDA). No es cuestión solamente de las instituciones que luchan contra el SIDA –debiéramos brindar toda nuestra cooperación. Los europeos dicen “No hay nada imposible bajo el sol.” Incluso yo creo que podemos cooperar y luchar contra el SIDA y cumpliremos el plan si todos restablecemos nuestro comportamiento. (De una carta titulada “Concerniente a: restablecer nuestros comportamientos”, escrita por un varón, 26/06/2007).

P36 Comunicación interpersonal / Diálogo comunitario

El estímulo de la comunicación interpersonal se da cuando los productos mediáticos parecen inspirar a los miembros de la audiencia a iniciar discusiones acerca de dichos productos y sus contenidos educacionales entre sus pares y en sus comunidades.

Ejemplo 1: Un día estaba yendo a casa del colegio con mi amigo. De repente vimos pasar a una bella joven enfrente de nosotros. Y entonces mi amigo me dijo: “Esa chica es muy bella, estoy enamorado, la quiero disfrutar.” Yo le dije “Espera.” “¿Por qué debiera esperar?” me preguntó. Yo le dije: “Primero porque no la amás, sino que querés tener sexo con ella. ¿Sabés algo acerca de ella?” Él dijo: “No, pero es tan bella.” Yo le dije: “Estás jugando con fuego. Mejor esperar en este mundo que terminar en el otro demasiado pronto. ¿Creés que te resulta atractiva sólo a vos? ¿Cuántos otros se han sentido atraídos por ella? Amigo mío, el sexo es un maravilloso sirviente, pero un terrible amo.” (De una carta titulada “Enganchado en el sexo”, escrita por un varón, 10/01/2007).

P37 Acción individual y colectiva

La acción individual y colectiva se da cuando quien escribe la carta, o su grupo, son incitados a actuar por el material de FEMINA HIP. El tipo de acción puede variar desde tener una discusión a organizar un evento, pero en general implica que se han hecho esfuerzos por reacomodar la agenda cotidiana para tener tiempo para esta actividad.

Ejemplo 1: Gracias por la carta y por la gentileza que has mostrado hacia mí y hacia nosotras. Tía Grace, somos ya un grupo de más de cinco: yo, Lena, Queen, Mary, Ivane; Reinfrida, Linda y Vicky. Somos de las clases I a III. Nos interesan dos actividades, actuación y danza. Lo pensamos mucho y ¡sí! realmente queremos hacer esto. Ha sido mi sueño desde que era joven transformarme en actriz y bailarina y en lo posible cantante. Sé que puedo bailar porque hace 8 años que he estado actuando en diferentes áreas. Y creo que por medio de esta revista nuestras fantasías se podrían tornar realidad (De una carta de una mujer, grupo de mujeres, 25/10/2005)

Ejemplo 2: Mimi ni mama wa familia, lakini jarida lenu la Femina (Fema) linasomwa na watu wengi sana nikiwemo mimi. Mimi ni mpenzi sana wa jarida hili tangu mwaka 1999 nikiwa nafanya kazi la ACORD Biharamulo, tulijiunga nanyi kupitia makao makuu ya ACORD Mwanza, niliweza kuunda Club 3 ktk shule za msingi, natukawa tunapata copy toka kwenu. Lakini kabla hazijakomaa nakuelewa nini cha kufanya mktaba wangu ukaisha na shirika hilo. (De un e-mail de una escritora mujer, 01/03/2007).

P38 Liderazgo

El liderazgo es cuando quien escribe la carta indica que ha iniciado **acciones concretas** para liderar, inspirar y motivar a otros. Ello podría implicar jugar un rol clave en una nueva iniciativa. Usualmente involucra el hacerse cargo, aceptar la responsabilidad y marcar el rumbo (N.B. El simple hecho de dar consejos a otros por carta o proclamarse un modelo a seguir no son suficientes en este caso).

Ejemplo: Kwa Femina Hip, Nafurahi kwa kupokea majibu ya barua yangu ya tarehe 24 June 2007...kuhusu kufungua klabu ya fema ,nimeongea na uongozi wa shule hivyo natumaini hivi karibuni tutakuwa na klabu ya Fema. Nafurahi kuwa wanafunzi wangu wataelimika kupitia kwenu... (De una carta sin título escrita por un maestro, 05/07/2007).

P39 Vinculación/conectividad social

La vinculación social es cuando la carta indica que quien escribe ha sido ayudado o inspirado por FEMINA HIP (o sus productos) a fin de formar nue-

vas redes o conexiones dentro de la comunidad, tales como clubes, comités y demás.

Ejemplo: Mpendwa mhariri, Pole sana na kazi nzito unayoifanya na timu nzima ya FEMINA ya kuilimisha jamiihasa sisis wanafunzi. Nimepata msukumo waq kuandika barua hii baada ya kusoma majarida mengi ya Femina na kuweza kunibadilisha kitabia mimi na rafiki yangu mmoja, hivyo uongozi wetu wa shule umetuhimiza kuunda club kupitia kwa mwalimu wetu mpendwa Noela Mushi na hivi sasa iko tayari hivyo tunaomba mtu-tembelee siku moja. (De una carta escrita por un varón, 08/08/06).

P40 Cohesión social

La cohesión social se da cuando quien escribe la carta indica que FEMINA HIP ha dado lugar a una reunión o el establecimiento de nuevas conexiones entre grupos usualmente separados al interior de la comunidad. Por ejemplo, la inclusión de personas que viven con VIH/SIDA, las visitas por parte de los clubes a pobres o ancianos, etc.

Ejemplo: Mpendwa mhariri, inawapongeza kwa kazi yenu ngumu na nzuri ambayo mnaifanya. Ni kweli kabisa kazi mnayoifanya ni nzuri sana. Jamii kwa ujumla inaelimika kupitia kazi yenu hasa katika majarid ya Femina. Ninachowaomba ni kwamba mzidi kutoa elimu nzuri kaika jamii nzima iweze kuwalea na kuwatunza waathirika wa ukimwi pamoja na mayatima ili waweze kufurahi pamoja na jamii nzima. ahsanteni sana. (De una carta titulada “Maoni” escrita por un varón, 27/02/2007).

P41 Participación en la esfera pública

Cuando una carta utiliza a FEMINA HIP como manera de hablar o comunicarse con un grupo más amplio, tal como la juventud o la sociedad, esto indica que quien escribe quiere usar el medio como forma de participar en la esfera pública.

Ejemplo 1: Querido editor, gracias por darme una oportunidad de expresar mis opiniones en tu revista para dar consejo a los jóvenes, especialmente los estudiantes. (De una carta titulada “Concerniente a: restablecer nuestros comportamientos”, escritor varón, 26/06/2007)

Ejemplo 2: Por último, aconsejo a todas las personas, especialmente a los estudiantes, tener mucho cuidado con esta situación porque pone en peligro sus vidas. En lo posible traten por todos los medios de abstenerse del sexo hasta el momento adecuado, y cásense, puesto que ello erradicará problemas como el aborto e incluso enfermedades como el VIH/SIDA. NO se

dejen engañar, estudien, todo lo demás vendrá de por sí, y recuerden que el aborto no es el deseo de Dios. MENSAJE: ¡TENGAN CUIDADO! ANTES DE SER JUZGADOS POR MATAR A UN ALMA INOCENTE. Este mensaje es para todos los estudiantes. (De una carta titulada “Los problemas del aborto y cómo las personas se descuidan”, escrita por un varón, 18/06/2007)

Ejemplo 3: Kwa ujumla, mimi napenda kuwaonya na kuwashauri wale wanaofanya na wanaotarajia kufanya hivyo mweze kusitisha kabisa wazo hilo. Ukitaka kufanya jambo, fikiri kwanza kuhusu faida na hasara zako na hata kuomba ushauri kutoka kwa wenye busara. (De una carta titulada “Usipende kuonjaonja”, escrita por un varón, 02/06/2006).

ANEXO 2

Preguntas acerca de la intervención de la audiencia codificadas cuantitativamente

IV. TIPO DE INTERVENCIÓN DE LA AUDIENCIA		
31.	Quien escribe la carta, ¿vincula el contenido/tema de los productos HIP a su propia vida? (Reflexión referencial)	<input type="radio"/> Si
		<input type="radio"/> No
32.	Quien escribe la carta, ¿reflexiona críticamente sobre el contenido/tema de los productos HIP? Por ej., sugiriendo cambios, nuevas cuestiones a tratar o perspectivas diferentes (Pensamiento crítico)	<input type="radio"/> Si
		<input type="radio"/> No
33.	Quien escribe la carta, ¿muestra signos de identificación con los personajes/ el equipo editorial/las marcas correspondientes a Femina HIP? (Interacción para-social afectiva)	<input type="radio"/> Si
		<input type="radio"/> No
34.	Quien escribe la carta, ¿parece <u>creer en</u> su propia capacidad para controlar su vida? (Confianza en sí o auto-eficacia)	<input type="radio"/> Si
		<input type="radio"/> No
35.	Quien escribe la carta, ¿parece <u>creer en</u> la capacidad de la comunidad para controlar o cambiar su realidad? (Eficacia colectiva)	<input type="radio"/> Si
		<input type="radio"/> No
36.	Quien escribe la carta, ¿indica que habla acerca de la cuestión/ el tema/ los problemas/ los productos Femina HIP con amigos/ miembros de la comunidad? (Comunicación interpersonal/ diálogo comunitario)	<input type="radio"/> Si
		<input type="radio"/> No
37.	Quien escribe la carta, ¿indica que está desarrollando algún tipo de acción, a solas o con otros (más allá de escribir la carta), como consecuencia de las cuestiones/ temas/ productos Femina HIP? (Acción individual y/o colectiva)	<input type="radio"/> Si - Individual
		<input type="radio"/> No
		<input type="radio"/> Si - Colectiva
38.	Quien escribe la carta, ¿indica que el producto Femina HIP le ha llevado a mostrar liderazgo/ asumir un rol de liderazgo? (Liderazgo)	<input type="radio"/> Si
		<input type="radio"/> No
39.	Quien escribe la carta, ¿indica que el producto Femina HIP de hecho le ha llevado a formar nuevas conexiones dentro de su comunidad/ ha impulsado colaboración o el establecimiento de redes? (Conectividad social)	<input type="radio"/> Si
		<input type="radio"/> No
40.	Quien escribe la carta, ¿indica que el producto Femina HIP de hecho le/les ha llevado a comunicarse con/ integrar grupos marginados o vulnerables en su comunidad? (Cohesión social)	<input type="radio"/> Si
		<input type="radio"/> No
41.	Quien escribe la carta, ¿expresa un deseo de usar los productos Femina HIP como una plataforma para interactuar con otros por fuera de su comunidad inmediata? (Participación en la esfera pública)	<input type="radio"/> Si
		<input type="radio"/> No

“Pasolini en Medellín”: Jóvenes, transferencia de medios y esferas públicas locales¹

Jair Vega Casanova², Mónica Pérez Marín³
Germán Arango Rendón⁴, Camilo Pérez Quintero^{5 6}



RESUMEN

“Pasolini en Medellín: apuntes para una etnografía visual sobre la periferia urbana” pretende, con jóvenes habitantes de barrios periféricos, explorar la ciudad desde su perspectiva. A partir de “transferencia de medios” y procesos formativos busca convertir a los participantes en “antropólogos visuales nativos”, para que vuelvan a su territorio, observen y se detengan en lo cotidiano, y así piensen de manera crítica sus identidades barriales y los imaginarios que la ciudad y la violencia han construido sobre ellos y propongan nuevas miradas para ampliar así las esferas públicas locales.

Palabras clave: Jóvenes, esferas públicas, periferia urbana.

¹ Este texto hace parte de las reflexiones desarrolladas al interior del proyecto de investigación: “Organizaciones Juveniles: ¿Espacios de legitimación, resistencia o alternatividad?”.

² Sociólogo y Magíster en Estudios Político-económicos, profesor e investigador del Grupo de Investigación en Comunicación y Cultura PBX de la Universidad del Norte. jvega@uninorte.edu.co.

³ Licenciada en Filosofía y Magíster en Comunicación, profesora de la Universidad de Antioquia. perezmoni2000@yahoo.com

⁴ Antropólogo, co-director del proyecto “Pasolini en Medellín: apuntes para una etnografía visual sobre la periferia urbana”. elinstantaneo@yahoo.com

⁵ Antropólogo, co-director del proyecto “Pasolini en Medellín: apuntes para una etnografía visual sobre la periferia urbana”. camiloperezquintero@yahoo.com.ar

⁶ En el proyecto de investigación se encuentran vinculados además Erik Baniz León, Sandra Benítez, Duvan Londoño y Carlos Nicolás Santos, integrantes del proyecto “Pasolini en Medellín”; Edgar Gómez y Akemis Sánchez, estudiantes de la Universidad del Norte; Kelly Pozo, Joven Investigadora Colciencias/Universidad del Norte; Juan Sebastián Salazar, estudiante de la Universidad Pontificia Bolivariana, y Alejandro Yépez, estudiante de la Universidad de Antioquia.

“Así es mi barrio, jo... me han hablado de cosas buenas y malas, eso ha de ser relativo, muchas son las andanzas, al filo las miradas, cálidas calles caminadas al cruce de espadas, admitidas enseñanzas, no valen de nada las fianzas, fluyen la risa, charlas, son los saberes mucha caña, en tiempo duro las marañas, mucho he hecho para ver callar las armas, choque de palmas, pocas son las finanzas, alto el nivel de esperanzas..., circula la verdad de rumores, se forjan los perfiles, riqueza que Scherazzi no saca en desfiles, cuantas cosas pasan cuantas se dicen, no hay una foto, un video, ignorantes noticieros en los barrios el talento rebosa la lista de medios... ven conoce el barrio y dime si sus aromas no son sublimes, no son sublimes... Así es mi barrio, ese es mi barrio... Así es mi barrio, ¡Tu ven al barrio!”
(Fragmento de “Así es mi Barrio”, Canción de SOCIEDAD FB7, Álbum “En Medio de la Guerra”, Medellín 2004). Tomado de Arango & Pérez, 2004

INTRODUCCIÓN

El proyecto “Pasolini en Medellín: apuntes para una etnografía visual sobre la periferia urbana”, que tuvo su origen en una tesis de pre-grado de estudiantes de antropología la Universidad de Antioquia, pretende explorar con jóvenes habitantes de barrios periféricos la ciudad desde su propia perspectiva y su mirada. Por lo tanto, desde la “transferencia de medios” ha construido una serie de procesos formativos en técnicas y conceptos (audiovisuales y etnográficos) que buscan convertir a los jóvenes participantes en una suerte de antropólogos visuales nativos, con el objetivo de que ellos puedan volver a su propio territorio —el barrio—, para observarlo nuevamente y detenerse en aquello que pareciera no tener ninguna importancia: lo cotidiano, y así pensar de manera crítica sus identidades barriales y los imaginarios que la ciudad y, en gran medida, la violencia ha construido sobre ellos.

Durante varios años, la metodología ha venido fortaleciéndose a partir de la continuidad del proyecto con jóvenes de otras zonas de la ciudad, quienes han replicado su aprendizaje, pasando de participantes a líderes en dinámicas de formación en comunicación, proponiendo de este modo nuevos caminos para los procesos y medios de comunicación alternativos⁷.

⁷ Ejemplos de esto son los grupos y medios comunitarios construidos o fortalecidos a partir del proceso como lo son: la revista *Kinésica* de la Comuna 13; el grupo de producción audiovisual “Claro Oscuro Producciones”, de la Comuna 13; la corporación “Carabantu” del barrio Moravia; el grupo de comunicaciones “Puerta Abierta”, del barrio el Limonar y el “Colectivo Pasolini en Medellín”.

Esta nueva reflexión sobre “Pasolini en Medellín” se da en el marco del proyecto: “Organizaciones Juveniles: ¿Espacios de legitimación, resistencia o alternatividad?”, desarrollado por la Universidad de Norte, la Universidad de Antioquia, la Colegiatura Colombiana de Medellín y la Universidad Cooperativa de Colombia, el cual tiene como objetivo caracterizar las identidades políticas que se configuran en las organizaciones y dinámicas juveniles que trabajan en procesos de Comunicación para el Cambio Social en las ciudades de Barranquilla, Medellín y Bogotá (Colombia). Uno de los aspectos novedosos que tiene esta experiencia es el hecho de haberse desarrollado en contextos urbano marginales pues en Colombia han sido estudiados casos similares en contextos rurales, como el Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21 (Vega & Bayuelo, 2008).

El texto se presenta en dos partes. En primer lugar, se presenta un vídeo⁸ que incluye una muestra de algunas producciones realizadas por jóvenes vinculados al proyecto –visualización de sus sentidos y estéticas–, una reflexión por parte de sus directores a través de un *making off* –la mirada que mira la mirada– y un análisis acerca de las características de los jóvenes que aceptaron la convocatoria, participaron en todas las actividades del proyecto y continúan de alguna manera vinculados a dinámicas de comunicación, de tal forma que nos permita entender, a partir de sus memorias, las motivaciones y expectativas que los llevaron a vincularse y las demandas que el mismo permitió satisfacer.

En segundo lugar, se incluye un breve contexto de la ciudad de Medellín y las características que han rodeado a los jóvenes en las últimas décadas, una descripción del proyecto “Pasolini en Medellín”, tanto a nivel metodológico como conceptual, y finalmente, un análisis acerca de las contribuciones de este tipo de proyectos para generar espacios de interlocución por parte de los jóvenes, ampliando las esferas públicas locales, las cuales han sido restringidas y desplazadas a ámbitos más privados por las violencias a que han sido sometidos los barrios periféricos y de manera específica los jóvenes en esta ciudad.

Si bien es cierto, el estudio pretende alcanzar una comprensión sobre los referentes identitarios de los jóvenes antes, durante y después del proyecto,

⁸ En el blog www.pasolinienmedellin.blogspot.com se encuentran las versiones de la ponencia en inglés y en español, así como el vídeo sobre el proyecto.

la reflexión que se quiere presentar en este momento se detiene en el durante y en el después del proyecto, en la indagación por los referentes de significación construidos a lo largo de su implementación y de las acciones posteriores desarrolladas por los jóvenes, analizadas desde sus propios puntos de vista.

Es por esto que hacer una investigación participativa no es una opción metodológica sino una condición obligada para la comprensión; se trata de alcanzar una reflexión conjunta entre académicos y participantes en el proceso. En este sentido, para activar los dispositivos de memoria y de reconstrucción de significaciones ha sido básico el Taller⁹ (Riaño, 2000) como técnica de investigación y en su desarrollo la elaboración de biografías individuales de participación en el proyecto y mapas mentales que les permitan proyectar visualmente las mismas, de tal forma que se puedan poner en común y así construir una mirada conjunta sobre los procesos tanto individuales como colectivos.

CONTEXTO DEL PROYECTO

Para comprender y dimensionar la importancia de la propuesta “Pasolini en Medellín” es necesario precisar algunas características socio-históricas de la ciudad.

Medellín, “Ciudad de la eterna primavera”, es la segunda ciudad de Colombia; cuenta con aproximadamente 3.500.000 de habitantes, incluyendo su área metropolitana, y se encuentra dividida en 16 comunas que agrupan 249 barrios. (Alcaldía de Medellín, 2008). En la primera mitad del siglo XX se presentaron grandes transformaciones económicas, cuya base fue precisamente la creación de una fuerte infraestructura económica moderna, de base industrial y textil, complementada con una fuerte industria de servicios; esta característica le mereció el reconocimiento de “Medellín capital industrial de Colombia”. A finales de la década de 1950, la ciudad sobresalió por mantener el orden social y político que “aunque jerarquizado, manifestaba una dinámica ejemplar, de transformación y de fortaleza

⁹ En los espacios: Taller de exploración preliminar con el grupo Pasolini en Medellín, mayo 22 y 23 de 2008 y Jornada de reflexión sobre avances del proceso de investigación con el grupo Pasolini en Medellín, julio 25 y 26 de 2008, participaron seis integrantes del grupo incluyendo sus dos directores.

del *statu quo* institucional y político que sirvió de ejemplo para el país” (Noreña, 2007).

Por otro lado, en este mismo periodo, la población creció en grandes proporciones principalmente por la llegada de migrantes de pueblos cercanos que venían, en su mayoría, a conformar la naciente clase obrera. El territorio se expandió con la formación de nuevos barrios impulsados por el gobierno local y se inició la prestación de algunos servicios públicos como la energía eléctrica, el teléfono, el acueducto de hierro y el tranvía. (Naranjo & Villa, 1997: 21). Es así que para 1951, la ciudad había duplicado en 13 años su población; de 168 mil habitantes en 1938 pasó a 350 mil (Colombia, 1993). Este proceso se evidenció en gran número de barrios emergentes caracterizados por ocupación ilegal de tierras y transformación urbana de zonas con vocación agrícola. A finales de esa misma década, se formaron en la ciudad los llamados “focos tugurianos” o “barrios piratas”, caracterizados por el fraccionamiento de terrenos sin dotación de servicios públicos. (Herrera & Pérez, 2007).

Finalizando la década de 1960, el modelo social y de desarrollo empieza a expresar sus limitaciones y contradicciones, mostrando fisuras y señales de erosión, lo cual evidencia un estancamiento de la actividad industrial, una reducción de las fuentes de empleo que repercute en un deterioro paulatino de las condiciones de vida de la clase obrera. En este nuevo contexto, el Estado comienza a perder su posición de liderazgo frente la ciudad; la percepción de orden, desarrollo y equilibrio que estaba fuertemente arraigado en el imaginario de los antioqueños, como ciudad pujante y emprendedora, entra en crisis y se agudiza en la medida en que los bienes y servicios comienzan a concentrarse en las clases dominantes. (Schmitter, Giraldo, & Patiño, 2006). La crisis que enfrenta la ciudad se manifiesta en los años setenta y ochenta en una alta concentración del poder político por parte del Estado central, en un aumento de los niveles de exclusión política que elevan los niveles de delincuencia común y violencia.

A finales de los años ochenta y principios de los noventa “el estancamiento socioeconómico y la crisis sociocultural de la ciudad se acentuó hasta niveles incontrolables y se aceleró, a través de una crisis de poder generada por nuevos sectores sociales emergentes, particularmente el narcotráfico, que pretendían disputar espacios antes exclusivos para las elites tradicionales de la ciudad” (Noreña, 2007). La disputa por el poder desde la vía política, armada e ilegal facilitó el surgimiento de nuevos actores al margen de la ley,

como las bandas de delincuencia común, la presencia de las milicias como una nueva forma urbana de accionar de las guerrillas y la presencia de los paramilitares en la ciudad.

Según Herrera y Pérez (2006), la aparición de la figura del “sicariato” a finales de los ochenta y principios de los noventa, unido al fenómeno del narcotráfico en Colombia, configuró un nuevo escenario en el cual las “bandas juveniles” y los “barrios periféricos” o “comunales” constituyeron el epicentro de los análisis sociales.

De acuerdo con Alonso Salazar (1990), se estaba asistiendo a un fenómeno sin antecedentes, un nuevo escenario donde los jóvenes estaban dispuestos a morir, al estilo de los fundamentalistas islámicos o de los kamikazes japoneses; con la diferencia sustancial de que estos suicidios no obran movidos por un ideal político, ideológico o religioso aparente: “ellos no sólo están dispuestos a morir en acciones espectaculares sino que viven una cotidianidad cargada de muerte. Cuando un joven se vincula a la estructura del sicariato sabe que su vida será corta. Muchos de ellos dan, con anticipación, las instrucciones para su entierro. En realidad le temen más a la cárcel que a la muerte” (1990:148). Esta idea de “no futuro”, “no nacimos pa’semilla” ha estado reforzada por los trabajos cinematográficos de Víctor Gaviria, en los cuales se insiste en la idea de un “eterno presente”, un “presentismo” y una “rutinización” de la muerte y el vandalismo.

Frente a este mismo escenario, y como resultado de un trabajo etnográfico con jóvenes del barrio Antioquia de la ciudad de Medellín, la investigadora Pilar Riaño Alcalá (2000) propone otra interpretación: “si bien el terror y la violencia han sido y continúan siendo una realidad diaria para estos jóvenes y mujeres, sus memorias dan cuenta que estos eventos son percibidos como extraordinarios por el dolor y sufrimiento que traen a sus vidas” (2000: 34). Desde una dimensión humana y de sufrimiento, la antropóloga Riaño cuestiona la rutinización del terror y la banalización de la violencia: “más que una sociedad donde el terror se banaliza, estamos en presencia de una sociedad donde la vida diaria se teje alrededor de los muertos y la muerte, no para rutinizarla o banalizarla, sino para evidenciar el dolor y el sufrimiento vividos” (2000: 33). Los recordatorios, los altares, las canciones, la historia oral de la muerte y de los muertos, los lugares nemónicos y las narrativas compartidas en la vida diaria, evidencian intentos de estos jóvenes por establecer una continuidad que pone en entredicho aquellas interpretaciones de un eterno presente.

El peligro de aplicar la lógica de la expansión de la violencia y los actores armados a la realidad humana de los sujetos está, de un lado, en dejarlos sin un lugar desde el cual localizarse, es decir, reducir las interpretaciones históricas a fenómenos observables desconociendo la complejidad de los procesos históricos; y de otro, en despojarlos de su capacidad de decisión, de “agencia”, al reducir los análisis en categorías dicotómicas como víctimas/victimarios, dominados/dominantes. Lo más grave de estas conceptualizaciones, afirma la autora, está en que estos análisis oscurecen el hecho de que todo individuo, entendido como sujeto, es agente activo en la creación de su realidad histórica y social.

Por su parte, Alonso Salazar (2006) advierte que es simplista explicar la violencia de los jóvenes solo por factores de pobreza pues esto puede conllevar a errores en los modelos de intervención para enfrentar el problema. Más allá de la pobreza, “la violencia de los jóvenes surge en contextos donde se mezclan el espejismo del consumo haciendo alto contraste con las precariedades materiales [...] requiere, en alguna medida, para su crecimiento de la existencia de “medios” como el narcotráfico, u otras formas de criminalidad o fenómenos como la guerrilla, que les sirven de techo” (p. 31), a lo cual adiciona el hecho de que “las bandas juveniles son utilizadas por otros poderes o ellas mismas evolucionan a formas de delincuencia con menos características etáreas y más “profesionalismo” (p, 32).

En este contexto aparece una restricción sistemática de las esferas públicas locales por parte de las diferentes violencias y la circulación de un discurso dominante que posiciona imaginarios negativos sobre los jóvenes y su participación. Herrera y Pérez (2007) concluyen en ese sentido que la ausencia de espacio público —canchas, parques, calles— en estos barrios periféricos de la ciudad, de 0.38 cm² por habitante, como los que conforman la Comuna 13, disminuye las posibilidades del encuentro y la interacción de los sujetos sociales y que, si bien el estudio mostró que en las coyunturas en las que el conflicto y las violencias se agudizaban se restringían las esferas públicas locales, por otra parte se evidenciaba la búsqueda de otros espacios que permitieran la interlocución pública, como por ejemplo las salas de video juegos, de Internet, el uso de los teléfonos celulares, los trayectos en el bus, las relaciones con ONG’s internacionales —aunque no se pudieran hacer convocatorias locales—, entre otros.

EL PROYECTO

El proyecto parte de la concepción de que las imágenes están por todas partes y permean la vida cotidiana en todos sus niveles; están ligadas a las identidades, a las narrativas, a las lecturas e interpretación del mundo de cada colectividad ¿Pero se sabe qué significan? ¿Se ha preguntado acaso qué hay más allá de sus evidencias sensibles? Seducida solo por su contenido, la mirada del proyecto “Pasolini en Medellín” se ha tornado contemplativa dejando a un lado toda indagación por las cargas semánticas, por la relación que se teje entre la evidencia y el ojo. En este sentido, no existe la imagen en sí misma, tampoco la ciudad; solo a través de los ojos y las cabezas de los seres que las transitan adquieren un sentido, encarnan un cuerpo; y este es múltiple así como múltiples son sus significados.

El proyecto “Pasolini en Medellín” (Arango & Pérez, 2004) intenta explorar la multiplicidad de imaginarios urbanos que se han construido frente a la ciudad y la periferia, rescatando la mirada de mujeres y hombres jóvenes que habitan los barrios de la ciudad de Medellín. A través de una metodología de talleres de sensibilización, articulados a partir de un eje antropológico (etnográfico) y otro audiovisual, se trabajan temas como lo urbano, los procesos migratorios, la periferia; al tiempo que se capacita en técnicas de fotografía y video, *story board*, escritura de guiones, montaje cinematográfico, rodaje y *feed back* o retroalimentación con la comunidad. Todo esto en el contexto de una atmósfera crítica que permita resignificar lo urbano, aportando a la construcción de un conocimiento nuevo que trascienda el contexto de la producción audiovisual.

Pese a que la convocatoria para hacer parte del proyecto nunca tomó forma material, a los talleres llegaron 18 jóvenes de diferentes barrios de la ciudad, que provenían de dos grupos diferenciados por su manera de insertarse a la propuesta y por su previa experiencia en el ámbito de la producción audiovisual. El primero, conformado por jóvenes procedentes de los canales comunitarios del área metropolitana y que contaban con experiencia en la producción audiovisual; y el segundo, integrado por jóvenes que se insertan al proyecto por iniciativa propia y que se consolidan entonces como independientes, encontrando en ellos un gran eco en cuanto a la propuesta etnográfica, la cual parte de una re-exploración del barrio con base en la observación y el diario de campo.

El proyecto está inspirado y lleva el nombre del director de cine Pier Paolo Pasolini no tanto por su producción cinematográfica, centrada en la mirada de los personajes marginales, la delincuencia y la pobreza de la Italia de la posguerra, sino por su producción literaria, ya que son claras sus apuestas por recuperar y reivindicar los relatos locales de las barriadas romanas, a partir de la construcción de historias sobre jóvenes que se atrevían a vivir la ciudad a partir de unas lógicas, unas visiones y unas estéticas alejadas de la burguesía romana, construyendo de paso una identidad popular con características muy similares a las encontradas en la ciudad de Medellín; y es que Roma y Medellín comparten una historia de poblamiento común: las migraciones rurales, a partir de las cuales ambas ciudades se fueron configurando y en donde desde los barrios periféricos se proponían otras formas de habitar la ciudad. De otro lado, la apuesta estética de Pier Paolo Pasolini, tanto en su literatura como en su cinematografía, fue una guía importante para construir (re-construir) reflexiones que permitieran pensar desde otros lugares la ciudad de Medellín que desde hace 20 años se encuentra golpeada por conflictos producidos por el narcotráfico y violencias generadas por diferentes actores armados.

Sin embargo, metodológicamente el proyecto está construido sobre las bases heredadas de Jean Rouch, quien en sus viajes a África propone la transferencia de medios como una estrategia que permitía pasar la mirada de los ojos de los investigadores hacia los ojos de los protagonistas, en busca de reivindicar los relatos locales, desde las lógicas y estructuras narrativas de los nativos, las cuales ofrecían una riqueza semántica, estética y narrativa para la comprensión de los contextos culturales.

Otra motivación que llevó a proponer un proyecto de esta naturaleza está en la ausencia de propuestas académicas que rescataran una mirada de lo periférico y de lo joven, más allá del dato estadístico propio de los estudios positivistas. Este sesgo en la mirada llevó a los tesisistas de antropología y directores de este proyecto, a una revisión de productos más profanos como películas argumentales y producción literaria. En esa búsqueda, aparecieron trabajos como "Rodrigo D", la legendaria película del director colombiano Víctor Gaviria en la que se muestra cómo el fenómeno del narcotráfico construye una relación maniquea con la figura del sicario en los barrios periféricos. Otro de los textos encontrados fue *No nacimos pa' semilla*, de Alonso Salazar, que más que un texto sociológico se convirtió en el libro de aventuras en que los jóvenes reconocían su historia como algo mítico y de igual valor que la historia nacional.

En los últimos años, los trabajos que han abordado la periferia desde la antropología se han visto convocados a mirar los desplazados por la violencia y los desastres naturales, pero han dejado de lado la mirada de la periferia entendida como espacio fragmentado donde se producen maneras de habitar que complejizan a los sujetos, en la medida en que estos sólo pueden localizarse en el tránsito entre permanencias e inestabilidades.

El proyecto también discute la postura antropológica tradicional —de cierto modo esterilizada por los intentos de validar su discurso como científico y objetivo— fijando su mirada en los espectros —es decir, acercándose exclusivamente al contenido visible de las imágenes—, en los cuales se limitó sus encuentros con el universo imagético, y su único proyecto consistió entonces en traducir lo visual en palabras, entendiendo las imágenes como un simple dato¹⁰ y así, no pueden más que ilustrar su discurso, donde solamente las palabras son el mecanismo para la elaboración de ‘conocimiento’¹¹.

Desde Rouch (1979) se plantea una aproximación reflexiva al discurso visual como una ruta alternativa para la denominada antropología visual, que apunta entonces no a traducir ni a ilustrar, sino más bien a explorar las diversas posibilidades semánticas que ofrecen las imágenes para la construcción de conocimiento, tanto desde sus contextos de producción como desde sus contextos de observación; ejercicio que además plantea descentralizar la mirada para acercarse a otros discursos, a otras representaciones de la realidad y para hacerlo cuestiona sus metodologías, sus preceptos teóricos, que deben reconfigurarse para abordar la alteridad, insinuando una ruta que todavía está por construirse.

Debray (1994) sugiere una posible ruta que conjuga a la vez una historia del arte, que se ocupe de las técnicas de fabricación; una semiología, que se ocupe de los aspectos simbólicos; y una historia de las mentalidades, que se dedique a pensar el papel que ocupan las imágenes en la sociedad. Pero

¹⁰ “Images may become ‘the basis for systematic knowledge’. However images can only ever be ‘primary evidence’ that has an ‘independent authority’ and ‘authenticity’, but that ‘may often have no place in the final product of the research, except as occasional illustrations” (Collier & Collier, en Pink, 2001: 96).

¹¹ “Mientras la información etnográfica puede ser registrada visualmente, el conocimiento etnográfico es producido mediante la traducción y abstracción de esos datos en el texto escrito” (While ethnographic information may be recorded visually, ethnographic knowledge is produced through the translation and abstraction of this ‘data’ into written text. (Sara Pink, *doing visual ethnography*, p. 96).

esta triada no podría abordarse de manera independiente, la propuesta sería entonces reconocer en estos tres niveles de análisis –técnico, simbólico y político–, la complejidad de las imágenes, su polisemia y, por lo tanto, la necesidad de establecer un *corpus* metodológico que permita aproximarse a la unidad de la figura, desde las relaciones que se tejen entre sus intervalos. Y en este sentido, los desarrollos tecnológicos, los de la teoría cinematográfica y fotográfica, podrían dar luces acerca del potencial de las imágenes como alternativa de discurso antropológico, y de igual manera una aproximación etnográfica a las imágenes podría servir de apoyo para la producción e interpretación de estas.

En conclusión, una propuesta desde lo que se denomina como una etnografía visual, no significa empacar la cámara en el kit del etnógrafo, sino la construcción de todo un *corpus* metodológico que permita que esas imágenes posibiliten la construcción de conocimiento, desde la misma producción, así como desde posteriores contextos de visualización.

Después de trabajar más de 6 años en el proyecto, con distintos jóvenes de la ciudad, es posible identificar los siguientes logros en los participantes:

1. Los participantes construyen una mirada más crítica frente a su entorno social que va más allá del barrio que habitan.
2. Los jóvenes han podido encontrar “otras” maneras de contar su realidad, de acercarse e interactuar con distintas situaciones y personas. Es decir, los jóvenes han pasado de lo indicativo y objetivizante –que quiere ser la voz de un narrador– a lo pictórico, polisémico e interactivo que puede ser, en muchos casos, la sola imagen. Desde esta perspectiva han podido abrir fisuras a maneras de esferas públicas audiovisuales locales, desde donde han visibilizado sus puntos de vista y otros relatos sobre su manera de verse como jóvenes.
3. La violencia y sus historias no fueron, en ninguno de los participantes, un discurso generalizado al que alguno de ellos quisiera entregar un poco del tiempo de sus relatos. Si bien en los trabajos realizados se parte de los sucesos acaecidos durante conflictos urbanos, su búsqueda trasciende hacia los individuos y cómo su interior se pone en juego ante las situaciones que trae el conflicto armado: lucha de poderes y prestigio, encierros, imposiciones, temporalidades.

REFLEXIONES SOBRE EL PROYECTO PASOLINI Y LA PARTICIPACIÓN DE LOS JÓVENES EN LAS ESFERAS PÚBLICAS LOCALES

A partir de los talleres de memoria, fue posible construir entonces una reflexión colectiva en torno a las características de los jóvenes participantes en el proyecto, que pudieron incidir en la decisión de su vinculación. Una de las principales características comunes a los participantes en el proyecto, incluyendo uno de sus impulsores, es que provienen de los barrios de la periferia de la ciudad y que en la mayoría de los casos han recibido la presión de alguna de las violencias presentes en sus contextos, que no son iguales para todos los casos.

“Uno se da cuenta que todos somos de los sectores populares de las ciudades o bien sean también rurales que han sido golpeados por la violencia [...] y eso hace, precisamente, que emerja la necesidad de resistencia y de expresar [...] antes de que llegara a Pasolini amenazaron a todos mis compañeros porque resulta que al Limonar llega un cura que en este momento todavía está; es un cura paramilitar, comprobadas científicamente todas sus relaciones con las AUC, y empieza obviamente a molestar y a hacer presión a todos los procesos sociales que en ese momento había; nosotros fuimos hablamos con él y porque él estaba diciendo que nosotros éramos satánicos, que por la música, por la ropa, y nos echaba agua bendita así de frente delante de toda la gente; entonces eso para nosotros fue muy duro porque a mí no me amenazaron pero amenazaron a todos mis otros compañeros” (Joven participante en el proyecto¹²; Taller Historia de Vida, exploración preliminar con el grupo “Pasolini en Medellín”, mayo 22 y 23 de 2008).

“Cuando empezamos con el proceso de Pasolini había ciertas dificultades en la Comuna 13; fue identificada por mucho tiempo como una zona de guerra ciudadana, casi como de una guerra urbana y bueno eso nos afectó a todos” (Joven participante en el proyecto; Taller Historia de Vida, exploración preliminar con el grupo “Pasolini en Medellín”, mayo 22 y 23 de 2008).

“Entonces el asunto de la vivencia barrial para mí era bastante particular porque me tocó toda la violencia de los barrios y todo el conflicto armado que se estaba cometiendo entre los noventas [...] y empiezo a vivenciar todo ese asunto y eso empieza a marcar como voy creciendo [...] el asunto fue más complicado; es que miembros de mi familia hacían parte de los combos de los barrios y empiezan a pelearse el asunto de la territorialidad,

¹² Los nombres de los participantes han sido omitidos teniendo en cuenta las implicaciones que podrían tener sus puntos de vista en los contextos locales.

de quién manda, y empieza ese proceso en la ciudad a situarse como en el asunto de lo paramilitar, pero también estaba el asunto de las milicias, de los combos de influencia, y eso se me vuelve en un conflicto porque la pregunta que yo me hacía estando adentro de la universidad era, bueno ¿cuál es mi lugar dentro de toda esta violencia?, pero también me la hacen desde afuera, por ejemplo, cuando entró el grupo paramilitar a mi barrio empieza, ¿bueno cuál es su lugar?, bueno ¿usted qué? Yo les digo: “yo no tengo nada que ver,” entonces eso fue un momento muy tenaz que marca a dos de mis primos y yo me dije ¿y usted qué parece?, entonces decido desplazarme voluntariamente y me voy del barrio (Joven participante en el proyecto; Taller Historia de Vida, exploración preliminar con el grupo “Pasolini en Medellín”, mayo 22 y 23 de 2008).

Es de anotar que, aunque todos ellos han sido activistas en procesos de cambio en sus localidades, nunca optaron políticamente por vías no legales sino, por el contrario, a partir de la búsqueda de canales de expresión que les permitieran visibilizar sus apuestas. Esa necesidad de expresión de estos jóvenes, por un lado, no es posible que sea canalizada por los partidos políticos¹³, pues las agendas de los mismos en el caso colombiano se alejan cada vez más de las problemáticas propias de la población y se ocupan más de su propia supervivencia; y por el otro, las instancias de participación juvenil, en su mayoría, son espacios formales que no posibilitan una efectiva acción que conlleve a la resolución de necesidades. Por esta razón es que estos jóvenes buscan otras vías que les permitan expresarse, las cuales no se encuentran institucionalizadas y que muchos de los casos se expresan precisamente contra una institucionalidad excluyente.

Sin embargo, en su momento, estos jóvenes no contaban ni con las capacidades ni con las herramientas necesarias para comunicarse como proyecto de sociedad, es decir, para construirlo, por eso buscaban encontrar un lenguaje distinto para hacerlo. Buscaban escenarios como los que les ofrecería “Pasolini en Medellín” que les permitiera construir una realidad, un mundo, pero con una nueva mirada, con otros sentidos. Es una búsqueda de lenguajes y estéticas que les permitieran no solo interpelar los discursos y

¹³ Si bien es cierto los partidos políticos no constituyen instancias de participación ni de representación para los jóvenes de estos sectores de la ciudad, también lo es que en las coyunturas electorales estos partidos se nutren ampliamente de la votación de estos sectores, convocándolos con prebendas coyunturales.

lógicas dominantes de interpretación del mundo¹⁴, sino también proponer nuevos mundos a partir de nuevos discursos e interpretaciones que irían construyendo en el proceso.

“Yo ví que esto de los medios de comunicación me permitía a mí, pues no podemos desconocer que Medellín ha sido una ciudad muy violenta, y más en los barrios, no podía expresarme ni decir muchas cosas directamente [...] entonces la herramienta que me permitía expresar o enunciar, incluso, mostrar muchas cosas era los audiovisuales, entonces es la herramienta que se empieza a trabajar desde lo colectivo [...] empezamos a descubrir mundos muy singulares, pero a la vez muy distintos: la música, los encuentros en otros barrios. Me parece esa es una de las cosas más ricas que me ayudó a mí en “Pasolini” a conocer otro significado de ciudad y de vida; fue precisamente ese nuevo camino que se fue tejiendo con las historias” (Joven participante en el proyecto; Taller Historia de Vida, exploración preliminar con el grupo “Pasolini en Medellín”, mayo 22 y 23 de 2008).

“Es ahí cuando decimos listo, en medio de ese contexto hay que crear acciones como de resistencia porque de acá no nos vamos a ir porque este es el barrio de nosotros, entonces empezamos a pensar más en el cuento de la imagen que queríamos como contar historias, a partir de eso y es cuando llega “Pasolini” a la vida de nosotros, y empieza toda la formación, las cosas que yo más recuerdo del proceso, digamos, lo más importante, es por un lado que cuando hablábamos de contar historias el cura fue un referente muy teso porque había referente del miedo, también temíamos por la presión que ejercía en la comunidad y al mismo tiempo esa resistencia que queríamos lograr a partir de las historias que íbamos a contar con “Pasolini” [...] cuando amenazan a los pelaos, cuando empieza el cura con toda su presión, nosotros lo único que podíamos hacer, fue lo que hicimos, ir y llevarle el periódico y decirle mire es que nosotros estamos reuniéndonos en la noche porque trabajamos de día y estudiamos de día, entonces dar explicaciones era como lo único que teníamos por hacer en ese momento porque nos sentíamos manivacíos; lo otro era como empezar a contarles a la gente lo que hacíamos para que la gente replicara y se superaran todas las dudas, era la única herramienta que teníamos, cuando obtenemos la posibilidad de

¹⁴ Al respecto vale la pena destacar que existe un estudio previo sobre organizaciones juveniles realizado en el departamento del Atlántico en el cual se evidencia cómo las identidades que se producen en las organizaciones juveniles con algún grado de estructuración se constituyen mayoritariamente como identidades legitimadoras de las lógicas adultas y en menor medida como identidades de resistencia o identidades con proyecto desde los jóvenes. Vega, J. y Escalante, K. (2007) *Organizaciones Juveniles: ¿Espacios de formación ciudadana?* En: *Signo y Pensamiento*. Vol. XXVI, julio – diciembre. Universidad Javeriana.

contar historias, incluso el mismo día de la difusión de los videos, llegó una cantidad de gente. Ahí dan nuevas herramientas para resistir y para mostrar que hay otras posibilidades en medio de los conflictos” (Joven participante en el proyecto, en Taller Historia de Vida, exploración preliminar con el grupo “Pasolini en Medellín”, mayo 22 y 23 de 2008).

“Nos pusimos con esa pelea de que los jóvenes de la 13 no dejan de ser iguales a otros tipos de jóvenes de diferentes barrios y de diferentes zonas de la ciudad. Tienen las mismas inquietudes, las mismas dificultades, las mismas preguntas. Entonces queríamos mostrar la vivencia de los jóvenes de la 13, a raíz también de toda esa problemática de guerra urbana. Entonces lo que hicimos fue una especie de sátira y de farsa en cuanto a toda la situación militar que hubo en la 13 y cómo la protagonizaron los jóvenes o cómo los pelaos tuvieron una posición frente a estos hechos. De ahí salió el video que es “Cinco pa`las 13”, un video que es la ópera prima, por decirlo así, ha tenido una rotación bastante interesante” (Joven participante en el proyecto; en Taller Historia de Vida, exploración preliminar con el grupo “Pasolini en Medellín”, mayo 22 y 23 de 2008).

Si bien es cierto, en cada caso se presentan testimonios de jóvenes en particular, lo relevante es el lugar social que ocupan en cada contexto y que hace que sus memorias y significaciones nos permitan interpretar no sólo las violencias a que han sido sometidos los jóvenes, sino también el rol que tienen este tipo de proyectos en la apertura de espacios y esferas públicas que posibilitan la expresión e interacción de los jóvenes en los ámbitos territoriales locales, lo cual de alguna manera les permite tener un espacio de actuación desde su propia perspectiva aun en medio contextos de violencia.

En sintonía con Nancy Fraser (1997), podríamos afirmar que frente a esferas públicas incompletas, trizadas e imperfectas, estos procesos y espacios que surgen a través de proyectos como “Pasolini en Medellín” permiten, por una parte, que aparezcan interlocutores en la esfera pública que no pongan entre paréntesis sus diferencias de posición y puedan aparecer no necesariamente como si fueran socialmente iguales y, en segundo lugar, en la perspectiva de configurar esferas públicas democráticas, aparecen escenarios en los cuales se pueda desarrollar una deliberación orientada al bien común y que emergen desde la sociedad civil no necesariamente conectadas con la intervención del Estado.

Finalmente, como una forma de refrendar las dinámicas que se consolidan con la generación de estos procesos de apropiación no solo de técnicas de

comunicación sino del sentido de la reflexión antropológica desde la etnografía visual, se destaca que una vez se generan espacios, se desarrollan procesos paralelos de empoderamiento sobre el sentido de la comunicación como posibilidad de acción e interacción social.

“Después de que se va “Pasolini” empieza la producción de videos de nosotros, ya autónomamente y la producción de un programa de televisión que se llama Pradiando-ando, que es con jóvenes del Prado”. (Joven participante en el proyecto, en Taller Historia de Vida, exploración preliminar con el grupo “Pasolini en Medellín”, mayo 22 y 23 de 2008).

“Hemos hechos otros trabajitos de video, también en la 13, y ahora estamos consolidando un grupo fuerte en audiovisual que tenga más como un índice político y que pueda también argumentar algunas cosas desde la academia popular [...]” (Joven participante en el proyecto; Taller Historia de Vida, exploración preliminar con el grupo “Pasolini en Medellín”, mayo 22 y 23 de 2008).

“Y lo que percibo yo del proceso de “Pasolini” es que se vuelve como un proceso de resistencia en la ciudad; las historias que cuentan, son historias de resistencia un poco desde lo ficcional si se le quiere llamar pero también está eso documental, eso que se cuenta tras la línea de la ficción. Entonces yo encuentro al observar el proyecto y de leer la monografía cómo se pueden construir procesos de resistencia a partir de lo visual ¿cierto? Y ese es el referente que yo quiero establecer en mi trabajo de grado; es la consolidación de los procesos de memorias e identidad” (Joven participante en el proyecto; Taller Historia de Vida, exploración preliminar con el grupo “Pasolini en Medellín”, mayo 22 y 23 de 2008).

“Nos ganamos un proyecto que sacó la Secretaría de Salud para la prevención sexual, pero nosotros no entendíamos de qué se trataba, y nos compramos el primer computador y la cámara, mataos pues porque no teníamos nada [...] eso fue parte del empoderamiento social, de la necesidad de contar y contar nosotros mismos a partir de las historias la cartografía social del barrio; me acuerdo mucho cuando hicimos todos los mapas y los dibujos para ubicar cada una de las cosas referentes e importantes” (Joven participante en el proyecto; Taller Historia de Vida, exploración preliminar con el grupo “Pasolini en Medellín”, mayo 22 y 23 de 2008).

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía de Medellín. [en línea], disponible en: http://www.medellin.gov.co/alcaldia/jsp/modulos/V_medellin/index.jsp?idPagina=351. Recuperado el 27 de julio de 2008.
- Arango G. & Pérez C. (2004). *Pasolini en Medellín, apuntes para una etnografía visual sobre la periferia urbana*. Tesis de Antropología. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Universidad de Antioquia.
- Arango G. & Montoya V. (2007). *Archivos de los excluidos. Memoria social y el conflicto armado en el barrio Popular No. 1*. (Working paper).
- Colombia (1993). *Programa Integral de Mejoramiento de barrios subnormales en Medellín (PRIMED): Estudio de Factibilidad*. Colombia. Municipio de Medellín [en línea], disponible en: http://www.crid.or.cr/crid/CD_Asentamientos_Humanos/pdf/spa/doc7145/doc7145.htm. Recuperado el 27 de octubre de 2006.
- Debray, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen*. Barcelona: Paidós.
- Fraser, N. (1997). *Iustitia interrupta. Reflexiones críticas desde la posición "postsocialista"*, Bogotá: Siglo de Hombre, Universidad de los Andes.
- Herrera, A. & Pérez M. (2007). *Con las propias voces: una mirada a las esferas públicas desde las prácticas culturales en tres barrios de la Comuna 13 de Medellín*. Tesis de Maestría. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Herrera, A. & Pérez M. (2006). *Entre zonas híbridas y zonas duras: elementos para pensar una esfera pública plural, diversa y contradictoria*. [Informe de avance], Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. (working paper).
- Naranjo, G. & Villa, M. (1997). *Entre luces y sombras. Medellín: espacio y políticas urbanas*. Medellín, Corporación Región. [en línea]. Disponible en: <http://www.region.org.co/elementos/pdf/LIBRO-Entre-LucesySombras.pdf>. Recuperado el 27 de octubre de 2006.
- Noreña, H. (2007). Modernización y orden social en Medellín. Breve esquema siglo xx. En *Los paramilitares en Medellín: la desmovilización del Bloque Cacique Nutibara. Un estudio de caso*. Tesis (Maestría en Ciencia Política). Colombia: IEP UDEA, Instituto de Estudios Políticos, Universidad Antioquia, 2007. [Citado: 27/7/2008]. Disponible en: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/colombia/iep/tesis/norena.pdf>
- Pink, S. (2001). *Doing visual ethnography*. Londres: Sage.
- Riaño P. (2000), Recuerdos metodológicos: El taller y la investigación etnográfica, en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. [en línea], vol. V, núm. 10, disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/316/31601008.pdf>. Recuperado: 16 de noviembre de 2006.
- Riaño Alcalá, P. (2000 sept.-dic.). La memoria viva de las muertes. Lugares e identidades juveniles en Medellín. En: *Análisis Político*, 41. Disponible en <http://168.96.200.17/ar/libros/colombia/assets/own/analisis%20politico%2041.pdf>. Recuperado: 23 de mayo de 2008.

- Rouch, J. (1979). *La cámara y los hombres*. María Lucía Castrillón (Trad.) *Pour une Antropologie Visuelle*. París: Cahiers de L'homme.
- Salazar, A. (1990). *No nacimos pa' semilla*. Bogotá: Planeta.
- Salazar A. (2006). *Violencia juvenil. Caso Medellín*. BID, disponible en <http://idb-docs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=821497>. Recuperado: 24 de julio de 2008.
- Schmitter, P., Giraldo, M.I & Patiño, J.M. (2006, agosto). La ocupación del territorio en el proceso de urbanización del área metropolitana del valle de Aburrá. En *Scripta Nova, Revista electrónica de geografía y ciencias sociales* [en línea], vol. X, núm. 218 (83), disponible en <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-218-83.htm>. Recuperado: 26 de octubre de 2006.
- Vega, J. & Escalante, K. (2007). Organizaciones juveniles: ¿Espacios de formación ciudadana? En: *Signo y Pensamiento*, Vol. XXVI, julio – diciembre. Universidad Javeriana.
- Vega, J. & Bayuelo, S. (2008). Ganándole terreno al miedo: Cine y comunicación en Montes de María. En: Rodríguez, C. *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*. Documento N.º 5, Bogotá: Friederich Ebert Stiftung.

MATERIAL AUDIOVISUAL SOBRE JÓVENES EN MEDELLÍN

- Dalton, S. & Martínez, M. (2004). *La sierra*. Documental
- Gaviria, V. (1989). *Rodrigo D: no futuro*. Largometraje.
- Gaviria, V. (1998). *La vendedora de rosas*. Largometraje.
- Gaviria, V. (2004) *Sumas y restas*. Drama.
- Maillé, E. (2005). *Rosario tijeras*. Drama.
- Schroeder, B. (2000). *La virgen de los sicarios*. Drama.

Gestión cultural y ciudadanía: el proyecto de los Libro Clubes en la ciudad de México

Laura González Morales¹
Guilebaldo López López²

3

La conciencia es ubicua / la siento a veces en el pecho pero también está en las manos en la garganta en las pupilas en las rodillas en los pulmones/ pero la conciencia más conciencia es la que se instala en el cerebro / y allí ordena prohíbe festeja y hasta recorre interminablemente / los archipiélagos del alma la conciencia es incómoda/impalpable invisible pero incómoda

Mario Benedetti

RESUMEN

Uno de los principios básicos de la configuración de la ciudadanía son las reglas no formales de convivencia y su textura pluralista. La ciudadanía en términos del debate actual, la sociedad civil, obedece al llamado de un conjunto de asociaciones y agrupaciones voluntarias cuyo objetivo fundamental es la persecución de sus intereses colectivos: sociales, económicos, políticos o culturales. El proyecto Libro Club es una de las experiencias que busca fomentar la ciudadanía. En este texto se presenta la relación que existe entre la constitución de la ciudadanía, el gestor y la gestión cultural, para comprender la forma en que se han venido organizando desde hace una década los libro-clubes que funcionan en la Ciudad de México. De manera particular, se muestra cómo el ejercicio de la gestión cultural consiste en llevar a cabo acciones en espacios físicos, sociales, simbólicamente determinados a partir del trabajo de un grupo de personas denominados gestores culturales que en este proyecto tienen la característica de ser parte de los grupos en donde se promueve la práctica cultural de la lectura.

Palabras clave: Ciudadanía, gestión cultural y comunicación, lectura.

¹ UNAM-FES ACATLÁN. thezin3@yahoo.com.mx

² UACM. espejoludico@yahoo.com.mx

INTRODUCCIÓN

Uno de los principios básicos de la configuración de la ciudadanía son las reglas no formales de convivencia y su textura pluralista. La ciudadanía, o en términos del debate actual, la sociedad civil, obedece al llamado de un conjunto de asociaciones y agrupaciones voluntarias cuyo objetivo fundamental es la persecución de sus intereses colectivos: sociales, económicos, políticos o culturales. Las asociaciones civiles cooperan y negocian entre ellas, y con el Estado, para promover ciertas acciones y reformas.

En la ciudad de México existen múltiples experiencias que dan cuenta de la emergencia de grupos de la sociedad civil que a través de diferentes formas y niveles de organización han logrado desarrollar proyectos orientados a la satisfacción de necesidades diversas, tal es el caso del *Proyecto Libro Club* que surge hace diez años con el propósito de fomentar la lectura y que, con el paso del tiempo, se ha ido transformando en espacios autogestivos generados por los miembros de la comunidad para la realización de actividades culturales de diferente naturaleza, como talleres de ajedrez, manualidades, cine clubes, lectura en voz alta, y círculos de discusión sobre temas como el aborto, la homosexualidad, el alcoholismo, entre otros.

Esto nos permite identificar que la relación entre ciudadanía, espacio y actores sociales hace que el desarrollo cultural adquiera un perfil propio y a la vez diverso en el establecimiento de pequeños y grandes proyectos culturales en los que participa la sociedad civil con o sin la intervención del Estado. Frente a esta situación, un elemento invariable es la misión de las asociaciones civiles, es decir, la *búsqueda y lucha* permanente de la gestión, como proceso y mecanismo de acceso igualitario a los espacios que las instituciones del Estado “deberían” atender y garantizar.

En este documento deseamos mostrar la relación que existe entre la constitución de la ciudadanía, el gestor y la gestión cultural, para comprender la forma en que se han venido organizando desde hace una década los Libro Clubes que funcionan en la ciudad de México.

De manera particular nos interesa mostrar cómo el ejercicio de la gestión cultural consiste en llevar a cabo acciones en espacios físicos, sociales, simbólicamente determinados. A partir del trabajo de un grupo de personas denominados promotores culturales (*gestores culturales*), actores sociales clave al interior de la comunidad de la cual forman parte, se reconocen y

estimulan diversas formas de expresión para ampliar la mirada hacia formas expresivas de otros grupos sociales. Se trata entonces de miembros activos en la dinámica cultural, que contribuyen con su intención y sus acciones a clarificar la configuración de lo social.

El trabajo está organizado en tres partes; en la primera, presentamos el contexto histórico-social en que surgió el proyecto cultural *Libro Club*, y se identifican las variables que intervienen en la compleja relación entre la lectura y el propósito que tienen los libro clubes; en la segunda, ofrecemos una visión sobre la gestión cultural y el papel del gestor como agente que participa en la configuración de lo social; en la tercera, desarrollamos el concepto de ciudadanía desde una visión que da cuenta del proceso de participación comunitaria y colectiva al interior de la comunidad que se enriquece si tomamos en cuenta que la sociedad civil se conceptualiza cuando cobra conciencia *de sí misma* y también cuando crea conciencia *sobre sí misma*.

EL PROYECTO CULTURAL *LIBRO CLUB*

El proyecto cultural *Libro Club* nace en la ciudad de México en 1997 a raíz del nombramiento de Alejandro Aura como director del Instituto de Cultura en la administración de Cuauhtémoc Cárdenas³. Este es el punto de partida para dar cuenta de cómo cientos de capitalinos creyeron en “el poder transformador de la lectura” y decidieron, convocados por el recién creado Instituto de Cultura de la Ciudad de México, abrir las puertas de sus casas, trabajos o negocios y recibir un “acervo semilla” de 550 volúmenes para albergar un *Libro Club* y compartirlo con sus vecinos, amigos y familiares.

En este contexto político y de participación ciudadana es en el que se crean las condiciones para fomentar la lectura en los habitantes de la ciudad de México.

En los días de auge del programa, siempre que se hablaba de *libro clubes* se hablaba de Vasconcelos [...] en las Misiones Culturales no había límites. Se pretendía erradicar el analfabetismo y, a la vez poner la cultura más excelsa al alcance de todos, es decir, iluminar a las masas: redimirlas. Su aliento nacía del espíritu revolucionario, con su vocación de absoluto, y por eso te-

³ Cuauhtémoc Cárdenas es el primer jefe de gobierno del Distrito Federal electo por votación democrática en la historia del país en 1997.

nían ese tamaño desmesurado y ese regusto a proselitismo religioso, a causa sagrada [...] (Alvarado & Patán, 2007).

Si recordamos a José Vasconcelos⁴, en su libro *De Robinson a Odiseo*, Robinson simbolizaba la pedagogía pragmática de los sajones y la enseñanza exclusivamente técnica que responde a exigencias del medio, en detrimento de la visión totalizadora que debe inspirar la educación del hombre. En Odiseo, en cambio, está representado el sentido integral y clásico de la enseñanza, que sin desprestigiar lo útil, enseña al educando a desplegar las alas del espíritu en pos del ideal, como el viajero del mito griego, “que explora y actúa, descubre y crea, no sólo con las manos, y nunca con solo las manos, porque ni quiere ni puede deshacerse del bagaje que le ensancha el alma, el ingenio y los tesoros de una cultura milenaria”(Vasconcelos, 1981: 72).

Hacer esta ubicación nos parece importante pues identificamos que el proyecto *Libro Club* se gesta con una intención: incidir en la conformación de un ciudadano activo, en busca de su propia autodeterminación, es decir, con la habilidad para ejercer algún grado de control sobre su propia vida. (Kaebeer, 2005:11).

Cabe destacar que la puesta en práctica del proyecto cultural *Libro Club*, en el ámbito institucional, se orientó a promover la lectura sin aparatos burocráticos de por medio. Los libro clubes se consideran como un logro ciudadano, pues ha sido la sociedad la que los ha hecho funcionar, realizando esta labor de manera gratuita y voluntaria.

Ahora, pasemos a explorar un poco el valor que tiene *promover la lectura entre los ciudadanos*. De acuerdo con cifras de la UNESCO⁵, el índice de lectura en México es de 1.2 libros por persona al año. Esta situación resulta significativa desde cualquier punto de vista. El *acto* de leer para organismos internacionales como la UNESCO se ha traducido en un índice para evaluar el desarrollo de una sociedad; sin embargo, desde la perspectiva de este

⁴ El programa Misiones Culturales nace como propuesta de José Vasconcelos, primer Secretario de Educación Pública, para impulsar el proyecto educativo en México en 1921, el cual se caracteriza por ser una campaña contra el analfabetismo a partir de la instalación de escuelas rurales y el nombramiento de los primeros misioneros. Ver Misiones Culturales Mexicanas. Jorge Tinajero Berrueta en http://www.crefal.edu.mx/bibliotecadigital/CEDE-AL/acervo_digital/coleccion_crefal/rieda/a1993_2/jorge_tinajero.pdf

⁵ Este organismo recomienda la lectura de por lo menos cuatro libros para garantizar cierto desarrollo de la sociedad en cuanto a la cultura escrita se refiere.

trabajo consideramos que la actividad de la lectura tiene una serie de implicaciones tanto a nivel personal como social. Coincidimos con Paulo Freire en que la actividad de la lectura no se agota en la descodificación pura de la palabra escrita o del lenguaje escrito, sino que se anticipa y se prolonga en la inteligencia del mundo. “La lectura del mundo precede a la lectura de la palabra, de ahí que la posterior lectura de esta no pueda prescindir de la continuidad de la lectura de aquél. Lenguaje y realidad se vinculan dinámicamente” (Freire, 1981:21).

Paulo Freire destaca que la insistencia en la cantidad de lecturas sin el adentramiento debido en los textos que deben ser comprendidos, y no mecánicamente memorizados, revela una visión mágica de la palabra escrita. Visión que es urgente superar. En el caso de la experiencia cultural del proyecto *Libro club*, a los promotores⁶ les queda claro que el objetivo es *fomentar la lectura*, por goce y no por obligación, lo cual tiene una serie de implicaciones importantes a nivel personal y social.

Entender la lectura como algo gozoso nos haría comprender que la lectura es una proveedora de felicidad; entender la lectura como algo necesario nos haría comprender que la lectura tiene que ver con la relación que tenemos y que queremos con el mundo [...] (Grupo de Discusión, Promotores Culturales de Libro Clubes).

Esta visión sobre la relación entre la lectura y el objetivo de los libro clubes permite en consecuencia plantear la siguiente pregunta: ¿Cómo están preparados los promotores de los libro clubes para fomentar la actividad de la lectura? Si bien es cierto, un promotor cultural se interesa en el desarrollo humano de su comunidad, ¿qué características tienen los promotores del proyecto *Libro Club*? Abordar esta pregunta resulta importante porque es precisamente una parte de esa sociedad civil de la ciudad de México la que asumió la responsabilidad de materializarlo.

Desde el punto de vista de los responsables de los proyectos culturales, entre ellos el del *Libro Club*, la sociedad civil fue considerada como “una colectividad perfectamente definida en sus propios términos, no institucionales, imaginarios, sociales, con una identidad y creatividad muy fuertes”. (Leyva, 2008).

⁶ El término *promotor* se utiliza para hacer referencia a los responsables de los libro clubes.

Hicimos un hallazgo en las colectividades de la ciudad: pueblos, barrios, gremios, colonias, etcétera. Encontramos su gran vitalidad, diagnosticada como moribunda por algunos especialistas [...] Entramos en contacto con algunos pueblos, colonias y barrios, del tipo de Tepito, Buenos Aires, Mixquic, Nezahualcóyotl. Descubrimos que sí existe esa colectividad perfectamente definida en sus propios términos, no institucionales, imaginarios, sociales, con una identidad y creatividad muy fuertes. Esa autoría extensa, colectiva, nos estimuló mucho, y nos permitió imaginar, inventar un conjunto de actividades. (Leyva, 2008).

Sin embargo, a diez años de vida de los libro clubes y a pesar de que ha habido algunos esfuerzos institucionales para mantener vivo este proyecto, principalmente orientados a impartir talleres de lectura en voz alta, los promotores se hacen una serie de preguntas: ¿Un taller de lectura en voz alta es suficiente para realizar esta labor? ¿Están preparados para realizar una actividad de calidad en los libro clubes? ¿Cómo evaluar el trabajo que han realizado a lo largo de estos años? ¿Es posible “profesionalizar” al promotor de lectura?

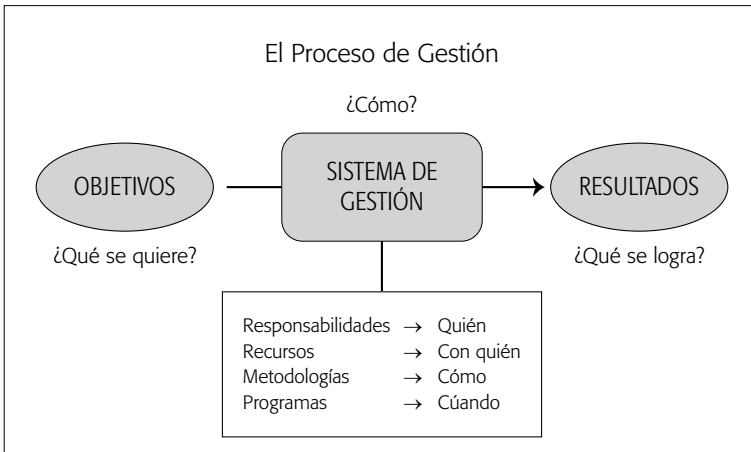
Esta experiencia que ha vivido la ciudad de México con respecto a los libro clubes desde hace una década y la serie de cuestionamientos que existen en torno a la actividad de la lectura permite identificar que estamos frente a una situación compleja⁷ en la que están involucrados elementos de diferente naturaleza: una decisión política, un proyecto cultural, un grupo ciudadanos promotores (gestores culturales) y la ciudadanía en general.

En el siguiente apartado abordamos el aspecto relacionado con el *re-tejido* de la ciudadanía, a partir del abordaje de una necesidad en la que los mismos ciudadanos se involucran y crean espacios *autogestivos* en los que pasan del fomento a la lectura a la promoción cultural, al tiempo que ejercen un derecho cultural.

⁷ El término *complejo* en este trabajo se refiere al planteamiento que hace Edgar Morin sobre el tejido en conjunto de constituyentes heterogéneos inseparablemente asociados. La complejidad se presenta con los rasgos inquietantes de lo enredado, de lo inextricable, del desorden, la ambigüedad, la incertidumbre... y justo ahí el reto.

GESTIÓN CULTURAL Y GESTOR CULTURAL: LA SITUACIÓN Y EL AGENTE CONFIGURADOR DE LO SOCIAL

Cuando se habla sobre gestión, se piensa casi siempre en administración cuyos parámetros de funcionamiento se refieren a eficacia y/o eficiencia. Los que se dedican a “la gestión” están básicamente preocupados por el logro de objetivos concretos y medibles en una organización. En el esquema que aparece a continuación se muestra la visión generalizada del proceso de gestión.



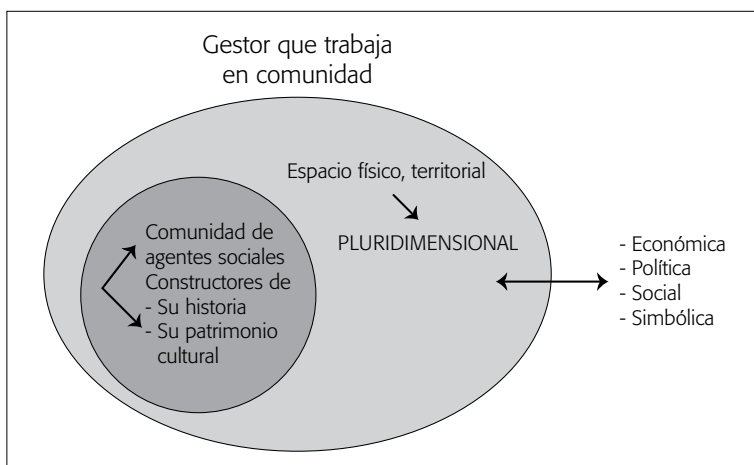
El proceso lineal de gestión (González y López, 2008).

Frente a esta visión lineal del proceso de gestión, identificamos que en el contexto de la cultura hay otros factores que dan cuenta de esta situación además de las técnicas de “gerencia cultural”, como el pluralismo cultural y el desarrollo humano en ámbitos específicos, sin los cuales ninguna acción tendría sentido. Por ello, consideramos conveniente iniciar con la ubicación de la naturaleza social en que se encuentra inmersa la gestión cultural.

Todo individuo nace, crece, se mueve, actúa, trabaja y vive en un ambiente social y en un tiempo y espacio determinado, relacionándose cotidianamente con otros individuos que operan de igual forma. Todas sus prácticas son sociales pues no hay individuo que viva aislado y que no sea un ser social, un agente social. Al mismo tiempo, y por esta razón, todas sus prácticas tienen repercusiones en varios aspectos y actividades públicas: en la vida cotidiana, social, económica, política y cultural.

Hablar de un gestor que trabaja en una comunidad es hacer referencia a un espacio físico, territorial, en el que esa comunidad de actores sociales son los propios constructores de su historia, de su cultura y su patrimonio cultural. El espacio social es pluridimensional, lo cual implica la coexistencia de la dimensión económica, política, social y especialmente la dimensión simbólica. Y cada actor tiene un lugar en dicho espacio, no sólo física sino estructuralmente. La posición que todo agente ocupa en un espacio de fuerzas, de luchas, y de estrategias es una representación abstracta. Una construcción que proporciona, a la manera de un mapa o esquema, una visión sobre el conjunto de puntos desde donde los agentes ordinarios dirigen sus miradas al mundo social (Maass, 2006: 31).

En el esquema que aparece a continuación se muestran los elementos que están involucrados en la relación que existe entre el gestor cultural y la comunidad. Podemos decir entonces que todo agente social vive en sociedad pluridimensional, y en esa sociedad se organiza en relación con otros agentes con, por y para quien realiza sus prácticas culturales. Su diario vivir, conocer y actuar depende de su propia estructura y es a partir de ella que conoce y se relaciona con otros.



Relación entre el gestor cultural y la comunidad (González y López, 2008).

Desde esta perspectiva, consideramos que todo lo que hacen los miembros de una comunidad está permeado por la cultura en la que *viven*, de ahí que lo asociamos con la gestión. Concluimos entonces que en nuestras sociedades se establece una relación entre la dinámica del vivir (cultura) y la

gestión (serie de acciones para lograr objetivos); se *gestiona* el alimento, el aprendizaje, la vivienda, la fiesta.

EL CONCEPTO DE CIUDADANÍA EN CONSTRUCCIÓN

A partir de esta serie de ideas es como ubicamos la naturaleza social de la gestión cultural y planteamos, en consecuencia, su profesionalización, y con ello la importancia de la formación de agentes sociales que a partir de ahora denominaremos *gestores culturales* orientados no sólo a la administración cultural o a la promoción de la cultura, sino a la labor comunitaria en el reconocimiento de que esta tarea constituye uno de los más importantes pilares del desarrollo social de cualquier comunidad.

El trabajo comunitario guiado por el gestor cultural incide a corto, mediano y largo plazo, no solamente en el desarrollo de los individuos sino en el de la comunidad completa; estimula la creatividad y con ello la solución de problemas pequeños y mayores tanto individuales como colectivos. Por ello, se abre la reflexión en torno a la dimensión educativa de las relaciones entre educación y cultura.

La educación y la cultura como procesos dinámicos, de diálogo y transformación permanente entre agentes sociales acerca de aquello que les es significativo tendría que pasar por el registro de los saberes involucrados, a veces apenas insinuados, de la propia experiencia y lo que se experimenta, ya que en la actividad de promoción cultural no siempre *se sabe que se sabe*.

El aspecto educativo de los promotores culturales tiene una herencia distinta del viejo concepto de educación vertical, unidireccional y de lo aprendido por repetición. La educación, en el desempeño de los promotores culturales, se suma a esa tradición que sabe lo que puede modificar en nosotros la seducción de los sentidos, el asombro de lo impensable, el gozo de la fiesta, el gozo o la denuncia estética, la renovación estética del arte y el anuncio novedoso; que sabe por tradición que el arte es contagioso y provocador, y que su manifestación no encuentra límites tan fácilmente; que el arte nos comunica intenciones, reflejos de nosotros mismos y posibilidades de vida. (Hernández, 2005: 78).

La educación y la cultura “informal” y “no institucionalizada” representan los espacios *alternativos* en términos de búsqueda “del otro” y la conformación de nuevos públicos *pluriculturales* que constituyen derechos legítimos

de los ciudadanos en un Estado democrático, en el sentido de que “la democracia es la unión de todos los hombres que tienen colegiadamente pleno derecho a todo lo que está en su poder” (Fistetti, 2004: 124). De ahí que en una sociedad contemporánea de individuos libres e iguales sean considerados “ciudadanos miembros de la comunidad universal del Estado”. (Fistetti, 2004: 131).

En este espacio tiene lugar la emergencia de la sociedad civil encaminada a definir y construir sociedades más equitativas, donde se haga valer la vigencia de los derechos civiles y políticos que garanticen la autonomía individual frente al Estado. Además de su participación en las decisiones públicas y en la defensa de los derechos elementales y universales, acciones que en forma conjunta responden a valores de igualdad, solidaridad y la no discriminación. Y es que “la participación es una condición *sine qua non* para la democracia, para la justicia y para la paz. Sin participación no es posible la democracia, sin participación es muy difícil lograr la justicia, y también la paz” (Elizalde & Donoso, 1998).

Con la *intervención* activa de la sociedad civil en asuntos públicos se pone en práctica el principio normativo y jurídico de las condiciones de igualdad de todos los miembros de una nación. En términos de construcción de la ciudadanía, estos principios son fundamentales para el ejercicio de los derechos políticos en una sociedad democrática. En este sentido, la actuación de la ciudadanía se hace explícita cuando existen motivos de incumplimiento y falta a los derechos, entonces “la ciudadanía entra en juego, por ejemplo, cuando en una relación contractual, cualquiera de las partes que sienta que tiene motivos de queja legítimos, cuenta con la posibilidad de recurrir o no a una entidad pública legalmente competente, y de la cual puede esperar un trato justo, para que intervenga y falle en ese caso” (O’Donnell, 1993).

Una sociedad democrática cuenta con alto nivel de ciudadanía activa; dicho activismo se traduce en hacer reconocer los derechos legítimos de los individuos, aunque sabemos que estos derechos, tan difícilmente alcanzados, pierden sentido e interés para sectores con índices de marginación y bajos niveles educativos, “de esta manera, si no se logran avances respecto de los derechos económicos, sociales y culturales, los derechos civiles y políticos, tan difícilmente alcanzados, tienden a perder sentido para los sectores con menores recursos y más bajos niveles de educación e información. Pobreza y ausencia del ejercicio de la ciudadanía van muchas veces de la mano” (Ocampo, 2000).

La ciudadanía tiene dos acepciones, no sólo como un derecho en sí mismo que busca contribuir al bienestar de las personas, el cual debe ser garantizado por el Estado, “sino también el medio más efectivo para garantizar que los objetivos sociales del desarrollo estén adecuadamente representados en las decisiones públicas” (Ocampo, 2000). Es decir que estas decisiones deben ser traducidas en acciones organizadas en torno a objetivos de interés colectivo para la definición de políticas públicas.

Entre los derechos políticos que el Estado dispone a la ciudadanía se encuentran los sociales, los económicos, los culturales, etc., este último siempre polémico y en permanente discusión, no desde el Estado sino desde los *círculos de poder de la cultura* y de la elite intelectual. Y es que una gran mayoría de las actividades enmarcadas dentro de este *bien común* quedan aisladas, aun cuando son formadores de públicos específicos. La cultura, no como concepto, sino como acción y ejercicio de su práctica ha desatado una serie de controversias principalmente en materia de políticas públicas. La definición de una política pública en esta materia debería estar orientada a estimular el *habitus* en la práctica misma de la cultura. En una sociedad democrática, un proyecto cultural no debe reducirse a las elites, sino atender a las mayorías y hacer cumplir el “proyecto de nación”, como proyecto incluyente principalmente para sectores con pocas ofertas culturales y espacios para la representación y el “consumo” de la cultura.

En este contexto, la acción colectiva de la ciudadanía se pone en práctica cuando las expectativas de sus integrantes son más altas que las establecidas por el Estado, de ahí que defina su capacidad de organización para hacer pública su demanda y ocupar un espacio en la agenda nacional.

Es importante señalar que los principios de la sociedad civil deben influir en las instituciones a través de su participación, canalizando sus demandas por los conductos y receptores adecuados que contribuyan con las acciones del Estado, “los movimientos sociales pueden y deben complementar las acciones en vez de querer reemplazar, a los sistemas partidarios competitivos” (Cohen & Arato, 2000:39).

Si por ciudadanía entendemos a un grupo, a una asociación organizada de individuos, cuyos derechos comprende: derechos civiles, políticos, sociales y culturales, entre otros, entonces sus expresiones de quejas justas o legítimas deben ser atendidas en un marco jurídico y legal por el Estado. Como

ya hemos discutido, la sociedad civil sigue siendo el escenario público y de organización de los individuos, que como bien señalan Cohen y Arato, la sociedad civil entonces se ha convertido en el terreno indispensable en el que se reúnen, organizan y movilizan los actores sociales (2000: 565).

Con las diversas actividades de los grupos organizados se pueden expandir los derechos para la defensa de su autonomía; es en este espacio de acciones colectivas, de colaboración y propuestas, donde tienen lugar las demandas y prácticas de los libro clubes como *conformadores* de nuevos públicos consumidores y *hacedores* de la cultura de un país.

Es importante resaltar que la cultura como elemento integrador de la educación (no formal, ni escolarizada) “es una llave maestra para incidir simultáneamente sobre la equidad, el desarrollo y la ciudadanía” (Ocampo, 2000).

Los libro clubes responden a una necesidad de la formación de una cultura ciudadana que “se suma al movimiento de la pedagogía crítica que intenta, en última instancia, romper con los mecanismos de reproducción de las desigualdades sociales y culturales y de inequidad a las que la educación ha contribuido históricamente. Todo esto con el propósito de poner a la *formación cultural* ciudadana al servicio de una práctica democrática y participativa, capaz de formar sujetos autónomos, críticos y transformadores de la realidad personal y social” (Elizalde & Donoso, 1998).

Esta serie de planteamientos permite entonces identificar que la ciudadanía es capaz de reconfigurarse permanentemente si existe una relación dinámica con los gestores culturales, quienes, a su vez, participan en procesos de formación reflexiva que sean fuente generadora de información, con instrumento básico de comunicación y herramienta indispensable para construir subjetividades⁸ y participar socialmente de la configuración de mundos posibles a partir del fomento a la lectura en los espacios denominados *Libro Clubes* en la ciudad de México.

En este trabajo deseamos mostrar que la ciudadanía es el común denominador de los referentes de lo social, pues a través de este esfuerzo conjunto

⁸ La construcción de subjetividades se refiere al reconocimiento que el sujeto hace de sí mismo, a partir de la serie de procesos que realiza en su interacción con el entorno.

de organización de los gestores en formación han logrado incidir en los espacios de movilidad local y así ganan en grados de autodeterminación.

Así uno de los logros de la reconfiguración de la ciudadanía es que de forma conjunta se han ganado espacios importantes, insistiendo en la posibilidad de abrir otros canales que amplían las posibilidades de participación en ámbitos de lo social, lo político y particularmente en lo cultural.

Los aspectos que llevan al trabajo de conformación y reconfiguración de la ciudadanía son resultado de los procesos que definen la democracia de un país. Que, de igual manera, plantea la redefinición del papel del Estado frente a nuevas circunstancias que conllevan a la formulación de “nuevas políticas públicas” y a la implementación de diferentes programas sociales y culturales.

Por lo tanto, la redefinición de la sociedad civil está en función de la estimulación permanente de una mayor participación entre los grupos sociales.

México D.F., junio de 2008

BIBLIOGRAFÍA

- Ariel, O. H. (2005). “El gestor cultural como operador de sentido”, en *Gestión cultural: planta viva en crecimiento*. Memorias del Tercer Encuentro Internacional de Gestores y promotores Culturales. México: CONACULTA.
- Bonet, L. et ál., (2006). *Gestión de proyectos culturales. Análisis de casos*. Barcelona: Ariel.
- Cohen, J. L. & Arato, Andrew (2000). *Sociedad civil y política*. México: FCE.
- CONACULTA (2005). *Gestión cultural: Planta viva en crecimiento*. Memorias del Tercer Encuentro Internacional de Gestores y Promotores Culturales. México: CONACULTA.
- Elizalde, A. & Donoso, P. (1998). Formación en cultura ciudadana. Conferencia preparada para el Primer Seminario Nacional de Formación Artística y Cultural. Organizado por el Ministerio de Cultura y realizado en Santafé de Bogotá del 27 al 29 de julio.
- Fistetti, F. (2004). *Comunidad. Léxico de política*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Freire, P. (1981). “La importancia del acto de leer”, en *La lectura*. México: El Caballito.
- Galindo Cáceres, J. (1987). *Organización social y comunicación*. México: Premia Editora.
- Hernández Barba, A. (2005). “Promoción y gestión cultural: Intención y acción” en *Gestión Cultural: Planta viva en crecimiento*. Memorias del Tercer Encuentro Internacional de Gestores y Promotores Culturales. México: CONACULTA

- Johnson, S. (2003). *Sistemas emergentes. O qué tienen en común hormigas, neuronas, ciudades y software*. Madrid: Turner - Fondo de Cultura Económica.
- Kabeer, N. (2005). *Ciudadanía incluyente: significados y expresiones*. México: UNAM.
- Karoty, Rolando. (2005). *Contexto en psicoanálisis. La escritura*. Buenos Aires: Lazos.
- Leerner, D. (2001). *Leer y escribir en la escuela. Lo real, lo posible y lo necesario*. México: SEP, CFE.
- Maass, M. (2006). *Gestión cultura, comunicación y desarrollo*. México: CONACULTA, UNAM-CEIICH, Instituto Mexiquense de Cultura.
- Maturana, H. & Varela, F. (1984). *El árbol del conocimiento*. Buenos Aires: Lumen.
- Penso D'albenzio, C. T. (2001). *Políticas sociales y nuevos actores*. México: UAM.
- Puig, T. (2004). *Se acabó la diversión. Ideas y gestión para la cultura que crea y sostiene ciudadanía*. Buenos Aires: Paidós.
- Roth, S. & Lameiras, J. (1994). *El verbo oficial*. México: Colegio de Michoacán, ITESO.
- Ruiz, V. (2004). *Organizaciones comunitarias y gestión asociada. Una estrategia para el desarrollo de ciudadanía emancipada*. Buenos Aires: Paidós.
- Torres Carrillo, A. (2007). *Identidad y política de la acción colectiva. Organizaciones populares y luchas urbanas en Bogotá 1980-2000*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.
- Vasconcelos, J. (1981). *José Vasconcelos: textos sobre educación*. SEP/80, FEC. México.

FUENTES ELECTRÓNICAS

- Alvarado, N. & Julio, Patán (2008). *Leer por la vereda tropical*. Consultado el 10 de marzo. Disponible en: <http://www.letraslibres.com/index.php?art=12284>.
- Centro de Estudios Humanísticos (2008). *Vasconcelos maestro de América*. Consultado el 14 de marzo. Disponible: <http://www.uag.mx/63/a08.02.htm>
- Leyva, J. A. (2008). *La cultura informal. ¿Novedad o espectro?* Consultado el 2 de marzo. Disponible en: http://www.rosenblueth.mx/fundacion/Numero10/art05_numero10.htm
- Ocampo, J. A. (Coord.) (2000). *Equidad, desarrollo y ciudadanía*. CEPAL-ONU. Colombia. Disponible en: <http://www.revistafuturos.info/resenas/resenas2/equidad.htm>
- O'Donnell, G. (1993). Estado, Democratización y ciudadanía. En *Nueva Sociedad*, 128. Noviembre-diciembre, pp. 62-87. Disponible en: http://www.nuso.org/upload/articulos/2290_1.pdf
- Tinajero Berrueta, J. (2009). *Misiones Culturales Mexicanas. 70 años de historia*. Consultado el 4 de junio. Disponible en: http://www.crefal.edu.mx/bibliotecadigital/CEDEAL/acervo_digital/coleccion_crefal/rieda/a1993_2/jorge_tinajero.pdf
- UNESCO (2008). *La alfabetización, un arma contra la pobreza*. Consultado el 12 de marzo. Disponible en: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=39024&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Por uma estética da periferia da periferia: Sobre modelos não-metropolitanos de Comunicação alternativa¹

Ricardo Oliveira de Freitas²



RESUMO

O artigo ora apresentado analisa as diversas representações do periférico e as práticas configuradas com base nessas representações, assim como, os novos movimentos e as ações que têm encontrado na mídia (grande mídia e mídias alternativas) importante suporte para desenvolvimento de novas expressões e articulações de grupos ideologicamente minoritários, elaborando novos modos de representação [contra] hegemônica, com a promoção de políticas públicas e culturais para a inclusão social e cidadania.

Palavras-chave: Comunicação comunitária. Periferia. Nordeste.

INTRODUÇÃO

O tema da Comunicação alternativa tem sido assunto recorrente no Brasil nos últimos dez anos. Por Comunicação alternativa entendem-se os modos e formas de fazer comunicacional distintos e, a princípio, antagônicos aos modelos clássicos de Comunicação ou, mais especificamente, à grande mídia. Nesse

¹ Este artigo é resultante do projeto de pesquisa, por mim coordenado, que conta com apoio financeiro da PROPP/UESC, CNPq e FAPESB. Não seria possível sem a concessão das bolsas de IC da PROIIC/UESC, FAPESB e CNPq.

² Professor doutor da Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC. E-mail: ricofrei@pesquisador.cnpq.br

sentido, a Comunicação alternativa refere-se, especificamente, aos processos de produção e distribuição, mais que, propriamente, à recepção, já que essa continua voltada aos “iniciados” e, por extensão, integrantes das classes privilegiadas, potenciais consumidoras, habilitadas a compreender as mazelas inerentes à condição humana, mesmo que nunca as tenham experimentado. É óbvio que não podemos desconsiderar o desejo de integrar a esfera de visibilidade pública assim como a esfera pública política, não por acaso, também constituídas por tais potenciais consumidores privilegiados. Por isso, tanto o desejo de integrar as esferas públicas e fazerem-se ouvidos, assim como certa especialização nas produções das e sobre as periferias, acabam determinando um modo de fazer comunicacional, que, debruçado sobre processos de produção cada vez mais especializados, consolidam uma estética comunicacional baseada em modelos de realidades excluídas.

Ou seja, a crença é a de que se criou um mercado acerca do periférico ou do minoritário, que, no caso brasileiro, proporcionou a consolidação de um “*mainstream* da pobreza e miserabilidade”, mas que pouca atenção deu às visões de mundo, aos modos de vida, aos problemas e prioridades de comunidades também invisibilizadas e juridicamente vulneráveis, porém, geograficamente localizadas em regiões não-metropolitanas brasileiras. Para ser mais exato, entendo que poucas são as representações do periférico e minoritário que contemplam grupos e comunidades distanciadas da violência e do caos urbano pertinentes à totalidade das muitas realidades dos grandes centros urbanos brasileiros. Há, dessa forma, uma supremacia dentro do *mainstream* da pobreza e do periférico, que tem privilegiado um modelo de periferia proposto a partir do eixo centro-sul do país, área-chave do desenvolvimento econômico e (é o que faz parecer) cultural brasileiro.

O Nordeste, mesmo quando contemplado, é visto a partir do litoral, das capitais e metrópoles, que muito se distancia dos modos de vida das periferias rurais e das cidades de pequeno e médio porte nordestinas – essa, a quase totalidade da realidade urbana do Nordeste. Por isso, reconheço que, ao contemplar modos de utilização de recursos e meios de Comunicação distanciados de um modelo hegemônico de fazer comunicacional, como tido e visto nas recentes produções audiovisuais, tanto das mídias alternativas como da grande mídia, vislumbro modos de ser e formas de vida, além de produtos, que, pelas suas especificidades, contemplam uma idéia de “periferia da periferia”.

A PERIFERIA COMO TEMA

A emergência de produções em mídia (sobretudo, audiovisuais) que retratam realidades de grupos e populações excluídas do processo civilizatório brasileiro de forma mais “crua”, provocou a crença de que a tal desejada democratização dos meios de Comunicação estaria, finalmente, se consolidando no Brasil. Até então, tais realidades, experimentadas por um ‘Outro’ muito distanciado das e para as classes privilegiadas brasileiras, eram vistas através de toda sorte de estereotípias e clichês produzidas tanto pela renomada indústria brasileira de telenovelas como pela indústria cinematográfica – sobretudo, a partir das produções da Vera Cruz e da Atlântida, ainda na década de 1950. Bem verdade que a produção de impressos e a radiofonia já reservavam espaço para tais realidades. Entretanto, não passavam de certa espetacularização, a fim de dar o tom popularesco imprescindível ao aumento de vendas e audiência. Nesse sentido, boa parte do que se produzia em tais veículos dizia respeito à violência, à degradação do ambiente sócio-familiar, preenchendo quase sempre, as seções reservadas aos registros policiais ou a uma cultura *exotificada*.

O Cinema Novo manteve o compromisso de contemplar a realidade de populações e grupos invisibilizados, das classes populares (operários, pescadores, religiosidade popular e tantos outros elementos são recorrentes nesse momento), com a proposta de realizar um cinema “pobre”, com apenas “uma câmera”, sem os recursos e as ideologias da grande indústria cinematográfica, mas fiel à necessidade e compromisso em representar o Brasil na sua totalidade, mesmo tão diversa, em oposição ao “pequeno” Brasil representacional, como construído pelo “grande cinema”.³ Com intenções muito similares ao proposto pelo *cinéma vérité* e pelo cinema direto, tinha, sobretudo, no valor dos equipamentos e nos inexpressivos avanços tecnológicos, importantes barreiras para que a “câmera na mão” não saísse das mãos de seus produtores, a totalidade integrante das classes privilegiadas – mesmo que o recorte regional (eram, sobretudo, nordestinos) fosse, nesse sentido, um ponto bastante positivo na lógica da inclusão.

Mesmo que num primeiro momento a década de 1990 marcasse o surgimento de produções sobre o periférico realizadas por produtores estranhos às condições de vida retratadas, num movimento “de fora sobre dentro para

³ O termo “grande cinema” faz alusão ao termo “grande mídia”.

fora” muito próximo do registrado na produção do Cinema Novo, ainda assim, essa era a chance para que atores de cooperativas populares integrassem, finalmente, as grandes produções audiovisuais. Além disso, certa democratização de tecnologias de Comunicação e informação, trazidas no bojo da globalização e do barateamento dos equipamentos, assim como, a emergência de organizações de terceiro setor, comprometidas em reduzir os índices de desigualdade social e elevar os índices de desenvolvimento humano em nações empobrecidas contribuíram de forma expressiva para esse novo panorama na história do audiovisual brasileiro⁴. Muitas dessas organizações entenderam que, num mundo regido pela Comunicação, instrumentalizar populações desprivilegiadas com recursos de mídia seria a iniciativa mais apropriada para a inserção destas na esfera de visibilidade pública e, por extensão, na esfera pública política. Fator importante também foi o fortalecimento dos movimentos sociais após a desapareição dos governos ditatoriais, que contribuiria para que grupos e comunidades ideologicamente minoritários elaborassem seus próprios produtos de mídia – agora, sem o parecer da censura.

Por isso, a onda de produções que contemplam as formas de representação de minorias ideológicas e grupos juridicamente vulneráveis, tanto pela grande mídia como pelas mídias alternativas, nos move a refletir sobre o modo como tais grupos têm sido caracterizados, quando retratados, como grupamentos marginalizados (postos à margem) de representações dignas de reconhecimento. Afinal, essa é uma questão de ordem não apenas tecnológica, mas, também, sociopolítica.

O HAITI É AQUI

Desde a última década, o Brasil, por meio do cinema e da TV assiste, com certo exotismo e protegido pelas telas, às representações da vida de um ‘Outro’ antes invisibilizado. Periféria, nesse momento, passa a ser um cenário e modo de vida único, universal, proposto a partir de um modelo de periféria como tido e visto no eixo centro-sul do país, nas grandes metrópoles brasileiras (sobretudo, no Rio e em São Paulo). A temática de tais produções, no mais das vezes, valorizaria a desgraça do caos urbano periférico ou

⁴ A câmera de vídeo de uso doméstico, de fácil manuseio e transporte leve, além das facilidades em termos de edição, com a aparição de softwares simplificados e de baixo custo são fatores importantes.

as histórias de superação das mazelas, dos problemas e dificuldades de um lócus de miséria quase endêmica, através dos *self made men* periféricos, aos moldes das velhas histórias de luta e sucesso. Nesse sentido, exalta-se a proliferação de *lan houses* em comunidades (favelas) do Sudeste e do Nordeste, aclamando o ingresso dessas “periferias” no âmbito da tecnologização do Brasil, quiçá do mundo. Contudo, outra importante periferia deixa de ser contemplada: a realidade de grupos e comunidades distanciadas dos grandes centros urbanos, mas, nem por isso, menos vulneráveis e invisibilizadas. Para o caso do Nordeste brasileiro, mesmo quando representado, a recente produção em audiovisual (televisiva ou do cinema de pós-retomada) privilegiou o Nordeste das capitais caóticas, não menos desestruturadas que os grandes centros do Sudeste⁵. Ou seja, o Nordeste representado como cenário de um discurso sobre periferia, ao invés de ser retratado como uma “periferia da periferia”, foi representado a partir de um modelo periférico como tido e visto no Sudeste do país. Mas, afinal, o que se entende por periferia?

De modo geral, periferia diz ser o espaço que está no entorno, na vizinhança de outro espaço tido como central. Está quase sempre associada à idéia de supremacia de um ser ou espaço urbano; vista, assim, como espaço ou ser *sub-urbano*. Também por isso, relaciona-se à idéia de [contra] hegemonia, devido ao valor político e socioeconômico dado ao termo pelos espaços e seres centrais. Contudo, o termo não deve, necessariamente, ser visto como sinônimo de subúrbio, que estaria mais relacionado a questões de densidade demográfica e geografia, que propriamente a questões econômicas. Ainda assim, relacionamos tanto um termo como outro à pobreza, desprestígio, e, por extensão, invisibilidade. Por essa razão, os grupos sociais que habitam os espaços periféricos são tidos como “minoritários”. Tal termo abarca os recortes necessários para classificar populações ideologicamente marginalizadas, tais como: raça e etnia, gênero, sexualidade, geração, classe e, também, regionalismos. O termo “minorias” também tem sofrido distorções, já que, no mais das vezes, é relacionado à ordem quantitativa. E como as minorias são, quase sempre, numericamente maiores que as majorias, a confusão se instaura. Nestor Garcia Canclini (2007) lembra mesmo a conversão de majorias demográficas em minorias culturais através das políticas cinematográficas estadunidenses (Garcia Canclini, 2007, p.250). Por isso, o termo deve ser entendido em seu sentido sócio-antropológico, que diz ser o grupo

⁵ Os longas-metragens (de ficção e documentário) Amarelo Manga (Dir. Cláudio de Assis, 2003), Cidade Baixa (Dir.: Sérgio Machado, 2003) e O Rap do Pequeno Príncipe (Dir.: Paulo Caldas e Marcelo Luna, 2003) são exemplos.

que se encontra excluído das bases hegemônicas para limites identificatórios. Tais limites, no mais das vezes, são identificados pelos grupos dominantes e detentores de poder, privilégio e prestígio. As minorias estariam, assim, em desigualdade de direitos e oportunidades em relação aos grupos majoritários, sendo frequentemente alvos de discriminação, preconceito, exclusão ou invisibilidade. Vale ressaltar, que tais ações (discriminatórias) não são causa da categorização, mas consequência.

Ao traduzirmos a idéia de visibilidade como a dinâmica de pertencimento a uma esfera pública constituída e concretizada nos e pelos meios de Comunicação, que caracterizam esta como uma sociedade midiática, logo, entende-se que estar invisível revela “não estar nos meios” e, com trocadilhos, “nem estar no meio”. É, pois, estar na base e não na ponta – por mais que alguns formadores de opinião teimem em ressaltar a utilização de tecnologias de ponta, de novas tecnologias, pela população do interior do Nordeste. “Não estar nos meios” não deve ser entendido, apenas, como a situação de estar ausente da produção midiática contemporânea – o que está para a ordem produção e distribuição. Significa, do mesmo modo, não ter acesso a estes meios e modos de Comunicação – o que diz respeito à ordem da emissão e recepção, à percepção e ao reconhecimento.

A escolha da mídia, seus produtos e formas de produção, para desenvolvimento de um texto sobre inclusão, exclusão e identidades regionais, justifica-se pelas polarizadas e antagonicas teorias definidoras da Comunicação e à estruturação básica do pensamento sobre Comunicação e sociedade, que classificam os meios de Comunicação (e a indústria cultural e seus produtos) como instrumentos de projetos de dominação, através da manipulação das consciências individuais com a utilização onipotente das tecnologias e meios de Comunicação, causa de uma socialização hegemônica, totalitária e alienante (que provocaria uniformização social) em contraposição às teorias que defendem a idéia de que tais meios de Comunicação são projetos de democratização da cultura e da informação para as massas. O fato é que, quer numa visão quer noutra, a noção de elitização em mídia esteve sempre evidenciada.

O tema da democratização da Comunicação tem sido exaustivamente relacionado à democratização da nação. Antes restrita ao debate acadêmico e governamental, como bem lembra Venício Lima (2006), aos poucos tem se espreado entre os mais diversos segmentos da sociedade civil “na prática concreta de experiências de Comunicação alternativa e através de uma ação

deliberada de participação na formulação de políticas públicas democráticas”. Contudo, lembra o autor, a crença de que a grande mídia “hegemônica, privada e comercial” pode ser democratizada, parece constituir um equívoco (Lima, 2006, p.12). Mas, mesmo que se reconheça a quase impossibilidade de presenciarmos a democratização da mídia comercial e privada brasileira, é preciso que atores até então invisibilizados contemplem o que está sendo produzido no e pelos meios de Comunicação sobre si. Por isso, mesmo que constatemos que a decisão sobre o que é produzido pela grande mídia por grupos invisibilizados seja uma utopia, não podemos desconsiderar:

[...] o fortalecimento da Comunicação comunitária, [...] a multiplicação de veículos de informação populares, alternativos, livres e independentes. Também nos deparamos com inúmeras iniciativas, movimentos e atores diretamente relacionados à construção de políticas democráticas de Comunicação, que têm na democratização ou nos direitos à informação e à Comunicação suas bandeiras. (Lima, 2006, p.12).

É no gancho da invisibilidade que surgem duas novas ondas no panorama da produção midiática brasileira. Dizem respeito ao movimento de [1] tomar e [2] dar voz aos invisibilizados, excluídos e marginalizados, através de recursos midiáticos – tanto em [1] mídias alternativas como na [2] grande mídia. Para o caso [1] das mídias alternativas⁶, surge no bojo dos movimentos e ações que encontram nos recursos e suportes midiáticos importantes suportes para desenvolvimento de novas expressões e alianças político-sociais entre Estado, democracia, terceiro setor, sociedade civil e grupos ideologicamente minoritários. Elaboram, assim, novos modos de representação contra-hegemônicos, acenando para a promoção de políticas públicas para inclusão social. Para o caso [2] da grande mídia, é sobre novas formas de produção artística e cultural como ações inclusivas e sobre a utilização de novas tecnologias na [off] indústria cultural [periférica], que tal tipo de produção tem se debruçado – elaborando algo em torno do conceito de “redenção pela arte e tecnologia”. Nesse sentido, refiro-me, especifica-

⁶ A utilização recorrente do termo no percurso desse trabalho deve-se ao proposto por John Downing, que traduz a transformação dos recursos e veículos de mídia em agentes de velhos e novos movimentos sociais, articulando e mediando formas de ações políticas. Para o autor, as “mídias radicais alternativas” são tipos de contra-informação hegemônicas, que entrelaçam cultura de massa comercializada, cultura popular, culturas locais e regionais e culturas de oposição ilustradas pelo grafitismo, internet, hip-hop, TV’s e rádios comunitárias, teatro de rua e popular, vestuário etc. Downing, 2002.

mente, à produção de audiovisual realizada nos últimos anos, quase sempre, por produtores não-periféricos (e, por isso, centrais) de fora para dentro ou de fora para fora.

A importância de nos concentrarmos sobre o que se produz em termos midiáticos no e sobre o Nordeste contempla questões que [re] significam o lugar de passividade habitualmente destinado às audiências. O que está sendo veiculado? As audiências sentem-se contempladas pelas representações, construções e desconstruções de si que surgem nas telas? Qual a participação das audiências para a elaboração de uma contra-informação que reelabora o que é produzido sobre si? Não falo, aqui, das clássicas e cristalizadas representações paradigmáticas do Nordeste, elaboradas desde a década de 1950⁷, a fim de consolidar um modelo de cultura e identidade nacionais e reutilizadas na retomada do cinema brasileiro a partir dos anos de 1990. Trato, especificamente, da produção em audiovisual que tem vislumbrado o Nordeste a partir de uma perspectiva de políticas inclusivas para combate da desigualdade e exclusão social, ressaltando, de certa maneira, a “redenção da miséria pela arte e tecnologia” em oposição à desgraça da violência urbana, agora, não mais no tom folhetinesco do cangaço da mocinha e bandido ou da paixão de pescadores.

Mesmo que a presença da temática política e inclusiva tenha sido positivada, através de veículos, gêneros e formatos midiáticos que contemplam experiências justas, tais produções ainda são incipientes frente ao enorme número de produções acerca do Nordeste, que cultivam a permanência de resquícios de subalternidade, por conta de uma colonialidade cognitiva – sempre hegemônica, unilateral e etnocêntrica.

As apreciações das leituras de textos cultural-comunicativos são percebidas como eventos políticos observados como representações. Representações podem ser negativas ou positivas, desde que a audiência aprenda a lê-las como narrativas elaboradas e discernidas como ideologias e imagens. Essas podem funcionar ou não como mídia, reproduzindo a dominação social, as injustiças, bloqueios e arquiteturas cognitivas do não-reconhecimento, e, portanto, como gramática das discriminações, dos estereótipos e dos estigmas. A idéia de representação que aqui sustentamos é alvo privilegiado da análise cultural. Tal análise é aplicada sobre os processos de Comunica-

⁷ O Cangaceiro, de Lima Barreto, produzido em 1953, é bom exemplo. Ganador da Palma de Ouro, no Festival de Cannes, foi incluído na categoria filme de aventura.

ção, sejam eletrônicos –TV, vídeo, cinema etc.– ou aqueles produzidos e exercidos pela cooperação natural das interações que surgem no mundo da vida cotidiana, como os encontros, conversações, gestos, etc. (Freitas et al., 2006, p. 97).

A mídia, nesse sentido, contribui para a consolidação de um projeto em mão única, que pouca atenção deu à participação de certos segmentos populacionais no processo civilizatório brasileiro, fazendo, assim, de um país diverso e plural, um país unívoco, hegemônico, outro de si mesmo. Mesmo quando visibilizados, os clichês e estereótipos presentes nas clássicas representações em mídia e mesmo as novas representações que se fazem do Nordeste (e que com o tempo veremos cristalizar-se em novos clichês e estereótipos), acabam provocando uma visibilidade que invisibiliza. Uma invisibilidade que não se estrutura na ausência, mas na presença apagada, no apagamento.

O problema aqui levantado remete mesmo um labirinto, pois, além do maniqueísmo entre ser ou não ser representado (questão de ordem quantitativa), bem ou mal representado (questão de ordem qualitativa), uma sub-questão, de ordem não menos importante, se apresenta. É que mesmo quando não-estigmatizadas, as populações nordestinas continuam sendo erroneamente representadas. Ponto central das preocupações aqui elaboradas, a periferia apresentada pelas produções cinematográficas dos últimos cinco anos, não corresponde à periferia em que me encontro nos últimos anos. Para o caso da Bahia, vale mesmo ressaltar um constante “olhar voltado para a capital”, que nos faz tratar Salvador por Bahia. Mesmo as produções em mídias alternativas, ainda essas, aparecem acobertadas por um ideário de visibilidade global, desejosas de exibirem-se mais para fora que para dentro e almejem inserção na esfera pública política, o que classifica suas questões como “eventos”, através da visibilidade por audiência ampla, além de suas comunidades, inserindo seus problemas e prioridades na agenda política (Maia, 2006). A visibilidade midiática também pode contribuir para o apaziguamento das dificuldades com relação à distribuição e à obtenção de subsídios e recursos junto aos órgãos de fomento e financiamento. Por isso, muitas das vezes, acabam, elas mesmas, utilizando-se de representações deturpadas ou estereotipadas.

Martin-Barbero (2004) chama atenção para o fato de que as alternativas de Comunicação popular não devem, necessariamente, ser marginais às grandes mídias. Podem mesmo apoderar-se de traços de cultura massiva.

O que não é problema. Entretanto, devem atentar para o fato de que as culturas populares não são homogêneas – tal qual o discurso construído pelas grandes mídias. O problema reside no fato de que no que é produzida para massificação e controle das massas, a cultura massiva tende a negar as diferenças, fazendo com que desapareçam por assimilação e, com isso, homogeneizando-as. Considerando que mesmo o gosto popular está moldado pela cultura de massa, reconhecemos que a Comunicação será alternativa ao assumir a complexidade dos processos de massificação da cultura (e formação da Comunicação massiva) que são estruturados na quase negação do popular. Digo, quase, já que entendo que numa análise aguçada dos complexos processos de formação da cultura massiva, podemos perceber traços de popularidade, “de códigos e dispositivos em que se imbricam a memória popular e o imaginário das massas” (Martin-Barbero, 2004).

É, pois, necessário tecer uma visão atenta sobre a totalidade das estruturas de produção da informação. Para Martin-Barbero, é nos interstícios das “estruturas transnacionais da informação e estruturas nacionais do poder” que são revelados domínios ideológicos em modos de ver, que não dizem respeito apenas aos espectadores, mas também aos produtores. Estes últimos, também videntes (ou espectadores). Os modos de ver são produzidos socialmente, pelo imaginário coletivo. O que confirma a lógica de que a análise do produto não deve centrar-se exclusivamente no produto em si e na sua condição de reproduzir a verdade, mas nos dispositivos de enunciação-produção, de percepção e reconhecimento. Tais dispositivos embutem uma divisão social do trabalho na produção da informação (com a especialização e sofisticação das tarefas), que materializam regras de ação e discurso neutros e “acobertam as determinações sociais que as originam e regem” (Martin-Barbero, 2004).

Por isso, a onda de produções que contemplam formas de representação de populações periféricas nordestinas, tanto pelas grandes mídias como pelas mídias radicais alternativas, nos move a refletir sobre o modo como tais grupos têm sido caracterizados, quando retratados, como grupamentos marginalizados (postos à margem) de representações dignas de reconhecimento – questão que se estrutura para além da preocupação que reside em termos quantitativos.

Mesmo que se reconheça o impulso na produção cinematográfica brasileira que tem privilegiado o Nordeste (com seu velho sertão e lindo mar e coqueirais, tão bem cristalizados em movimentos cinematográficos

anteriores)⁸, ainda assim, o Nordeste apresentado parece pouco distanciado do lugar apático e passivo, desde sempre a ele reservado.

Percebe-se, por um lado, que, ao promover a distribuição global de notícias, através das agências mundiais, agrava-se a segregação das comunidades locais e dos agentes não-hegemônicos, vítimas do bombardeamento de informações disparados pelas *centrais de produção globais* do noticiário. Por outro lado, a mobilização das comunidades para solucionar questões localizadas acaba sendo tarefa destinada aos meios de Comunicação locais (tanto os jornais e emissoras de rádio municipais, como para as organizações não-governamentais – ONGs – que desenvolvem programas de Comunicação, como rádios comunitárias), numa tentativa de recuperar a identidade perdida para o mundo entrópico de informação e Comunicação, produzido pelas mega-organizações da Comunicação global. Consolida-se, nesse espaço, um processo de exclusão social da mídia, a partir do cerceamento do acesso às informações locais, diante da corrida pela disputa pela audiência. (Jambeiro et al., 2005, p. 48).

Igualmente, são comuns as representações de um Nordeste metropolitano, que acaba desembocando num modelo de cidade distanciado do Nordeste fora das grandes capitais e que desconsidera os muitos Nordestes existentes⁹. Ouso, mesmo, arriscar dizer que o Nordeste contemporâneo e periférico tem sido representado muito mais em produções ficcionais que em documentários. Os recursos para isso dizem respeito a novos e velhos modos de abordagem, que ora privilegiam cenários externos; ora o povo e as populações marginalizadas como protagonistas; planos fechados e enquadramentos próximos; orçamentos baixos; câmera errante e não-fixa; proliferação de tomadas; traços estigmatizantes do caos metropolitano; traços de modernidade caótica num interior de Nordeste sob a égide da globalização e, por fim, certo sentimento de estranhamento estético e pertencimento identitário, ao vislumbrarmos traços de modismos típicos das periferias metropolitanas do eixo centro-sul no seio do Nordeste, que se traduz como imagem fora de lugar e, considerando o hábito adquirido pelas representações cristalizadas, fora de ordem, de lugar nenhum, do não-lugar.¹⁰

⁸ Sobre as representações na construção e desconstrução do Nordeste sertanejo, ver: Bentes, 1999 e Xavier, 1983.

⁹ Sobre a diversidade do Nordeste plural em oposição à lógica de um Nordeste inventado, imaginária e espacialmente, ver: Albuquerque Jr. 2001 e Zaidan Filho, 2003.

¹⁰ O longa Baixio das Betas é boa ilustração. Apesar de ambientado numa cidade do interior, o mote do filme traduz-se pela violência estritamente urbana trazida por um grupo de jovens nativos residentes na capital. Dir.: Cláudio de Assis. 2007.

Na minha atual pequena cidade nordestina, as duas únicas salas de exibição existentes, assim como os dois únicos jornais impressos semanais e as velhas emissoras de TV abertas, não retratam, como se espera, produtos e matérias que falam do Nordeste contemporâneo para além do litoral. Também não culpo a pequena cidade pelo fato. Entendo que parte do problema é de ordem da distribuição; do interesse comercial das salas de exibição, emissoras e empresas de jornal; dos apoios; patrocínios; produtoras e distribuidoras; e, por que não dizer, de interesse do público espectador, receptor, das audiências. Mas, entendo, também, que a articulação entre produção, distribuição, recepção, sala, emissora, empresa e público para determinar o que será ou não veiculado, visto e lido pelo interior do Brasil é parte de um hábito nutrido pela não-representatividade do Nordeste em termos de sua diversidade pela indústria cultural (com seus veículos e produtos de Comunicação), que fomenta uma falta pelo não-reconhecimento da ausência e presença.

O paradoxo reside no fato de que com a emergência de novas propostas estéticas e abordagens conceituais, acentua-se a articulação e agenciamento entre diversas linguagens, gêneros e modos de produção. Por isso, os estudos das tecnologias ou dos meios devem ceder lugar aos estudos debruçados sobre a produção de mensagens situadas no âmbito da cultura, a partir de um prisma que privilegie a interação das mídias na mediação entre indivíduos (produtores, receptores e produtores-receptores) na esfera da cultura e sociedade *versus* uma ideologia tecnocrática, que permeia e esteriliza os esforços da Comunicação alternativa, da informação contra-hegemônica, já que não chega a questionar verdadeiramente as estruturas ideológicas e políticas da produção de informação. (Martin-Barbero, 2004).

Entende-se que os signos estigmatizados relacionados às populações “inde-sejadas” e toda a sorte de grupos sociais ideologicamente minoritários no Brasil são, pois, fundamentalmente importantes para legitimar certo tipo de exclusão midiática. Tal exclusão traduz-se por invisibilidade e não-reconhecimento, ao reconhecermos os meios, veículos e tecnologias de Comunicação como únicas esferas capazes de possibilitar, hoje, reconhecimento e, por extensão, visibilidade (essa, a idéia de mediações)¹¹ num mundo regido pela Comunicação e seus meios (essa, a idéia de aldeia global)¹². O que, por

¹¹ Martin-Barbero, 1997.

¹² McLuhan, 1969.

extensão, somente contribui para a [re] estigmatização ou estigmatização anteriormente empreendida.

Entender que a representação enganada ou enganosa pode consolidar-se, esta também, em representação pejorativa, é fundamentalmente importante para que questionemos se essa é uma ação planejada pela indústria audiovisual, desejada pelas audiências, proporcionada pela desinformação ou mantida pelo hábito.

O resgate dos modos de réplica do dominado desloca o processo de decodificação do campo da Comunicação, com seus canais, seus meios, suas mensagens, para o campo da cultura, ou melhor, dos conflitos entre a cultura e a hegemonia. Aceitar isso é também algo completamente diferente de 'relativizar o poder das mídias'. O problema de fundo coloca-se agora em outro nível: já não no nível das mídias, mas sim dos mediadores e dos modelos culturais. (Martin-Barbero, 2004, p.127).

É necessário que se faça profunda reflexão sobre a importância de tais representações na elaboração de modelos identificatórios entre os diversos grupos minoritários brasileiros (e não somente os metropolitanos), para que se possam perceber as peculiaridades, tanto nas formas de emissão como nas formas de recepção e percepção dos produtos audiovisuais quando retratam realidades objetivas e subjetivas dos grupos contemplados. Tal método nos permite refletir sobre os modos com que essas representações são tanto produzidas e distribuídas como recebidas e assimiladas; uma análise dos processos comunicacionais (e não somente dos produtos), dos processos de produção e distribuição (emissão e recepção), da aceitação ou recusa das mensagens recebidas (percepção, reconhecimento, desconhecimento).

A crença é que o que se produz no e sobre o Nordeste é reflexo e resquício de uma colonialidade cognitiva – resquícios de mentes colonizadas que tanto produzem e veiculam como recebem e reconhecem os produtos midiáticos. Sobretudo, quando sabido que a quase totalidade das produções audiovisuais brasileiras não é contemplada fora dos grandes centros urbanos nordestinos. No interior da Bahia, por exemplo, o acesso aos meios e modos de produção, com a oferta de cursos e projetos de instrumentalização em recursos de mídia, tem sido mais recorrente que o acesso aos produtos

finalizados – mesmo quando produzidos aqui¹³. Por essa razão, para as populações do interior nordestino parece haver um único Nordeste, cerceado por traços estigmatizantes, clichêzados e estereotipados, visível na rara produção midiática acessível a essa parcela da população brasileira – no mais das vezes, veiculada pela TV aberta. É como se não precisassem ver-se representados. Desprover as populações do interior do Nordeste do acesso à produção na qual estão sendo vislumbradas é perpetuar a marginalização e exclusão, agora em termos *midiaaudiovisuais*, de grupo tão infinitamente marginalizado e excluído de outras importantes esferas sócio-culturais e políticas e da possibilidade de reconhecimento e reconhecerem-se.

Iniciativas como a do Cineclube Caravelas¹⁴, no Extremo Sul da Bahia, não são somente provas de que estratégias de Comunicação comunitária e de mídias radicais alternativas podem reverter tal tipo de exclusão consolidada (afinal, cá estamos a falar de Caravelas). São, sobretudo, exemplos de que a Comunicação horizontal não necessariamente precisa transformar-se em vertical para que “a inserção de novos atores informativos e novas propostas comunicacionais” possa contemplar audiências, públicos ou receptores outros. (Paiva, 2003, p.23).

As produções que ora deslumbram aspectos de realidades antes invisibilizadas fazem parte de um processo de produção em mídia que apresenta a mídia, não como mero instrumento ou meio para tornar visível o antes invisível, mas como ambiente de ações sociais, como subsistema, “composto por um conjunto de instituições típicas e um grupo de especialistas” com relativa autonomia frente a outros subsistemas. (cf. Maia e Castro, 2006, p.21). Dessa forma, é legítimo pensar que o que move o desejo de ocupar a esfera de visibilidade pública, por grupos eternamente participantes de subsistemas dependentes e controlados por outros grupos e instituições, é o

¹³ Tais tipos de projetos têm se multiplicado por todo território nacional. Contudo, o acesso às produções ainda é incipiente. O Youtube, site de hospedagem de vídeos em formato digital, é um bom canal para acesso a tal tipo de produção. Mas, ainda assim, indisponível a quase 90% da população brasileira que não tem acesso à Internet (segundo dados do Mapa da Exclusão Digital, FGV, 2003). Ainda assim, a produção de audiovisual que institui o ator periférico como autor tem sido um projeto recorrente. Talvez, daqui a alguns anos, a questão que se apresentará dirá respeito, não mais à produção de audiovisual por populações invisibilizadas, mas, à necessidade de criação de políticas de emissão e distribuição dos produtos por estas populações elaborados.

¹⁴ O Cineclube Caravelas é um dos projetos de Comunicação popular que tenho investigado na pesquisa que ora desenvolvo.

fato de integrarem um subsistema quase autônomo (mesmo que não menos hegemônico) no “*mainstream* social”. O que pode mesmo suscitar a idéia de que há um desejo de “especializar-se”, de tornar-se “especialista”, imanente à condição de produtor e produto periférico e “marginal” (no sentido de estar à margem, fora do centro, fora do *mainstream*). Quando falo em especialização, não o falo apenas a partir da lógica do produtor especializado, mas também dos produtos e dos meios de Comunicação, considerando os atributos da tecnicidade e do aprimoramento da mídia e, por que não dizer, a partir da especialização do público, da audiência, do receptor, do consumidor.

Para Jesus Martin-Barbero, é nos interstícios dessa assimetria que residem as “articulações entre práticas de Comunicação e movimentos sociais”, que permitem compreender a “natureza comunicativa” do sujeito, esfera em que as noções de cultura e política são redefinidas, saindo da centralidade da esfera que avalia apenas a “mera circulação de informações” dos meios comunicacionais, na qual o receptor é apenas “decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem” e partindo para o ponto em que ele converte-se de mero decodificador a “produtor” da mensagem (Cf. Martin-Barbero, 1997). Desse modo, a Comunicação passa a integrar lugar central na dinâmica dos movimentos sociais, transformando “associações espontâneas entre indivíduos mobilizados diante de uma causa” (Henriques, 2004, p.29) em projetos eficazmente elaborados e, por extensão, “especializados”.

Mostramos que existem formas de *confrontarmos* os grupos que estão no poder em Caravelas! São forças políticas que buscam nos esvaziar como pessoas com o abandono da cidade, do nosso patrimônio... *neutralizar nossa riqueza cultural*. Mostramos que é possível nos organizarmos, que a partir da própria população podemos criar, construir outras possibilidades para a cidade. Quando um filme de Caravelas ganha um prêmio na capital cultural do país chegamos para essas pessoas e perguntamos: E aí? (Jaco Galdino. Entrevista para o *Jornal Comunitário O Timoneiro*, edição n. 4, jun./jul. 2007, Caravelas, BA, grifo meu).

Jaco Galdino, diretor integrante do Cineclube Caravelas, demonstra em sua fala traços de uma lógica de documentário que “dá voz” ao Outro, como produzido por alguém de fora, estranho à realidade documentada. Por outro lado, pode-se também reconhecer, na mesma entrevista, traços de um desejo de se auto-representar nos moldes de uma justaposição ou contraposição ao proposto pelo clássico paradigma de documentário como produto de representação de Si pelo Outro – e não como produto de auto-

-representação. Além disso, se considerarmos a importância das leituras na recepção, na expressividade da decodificação, logo se entende o quanto da preocupação de Jaco em dominar certa “especialidade” com intencionalidade assume materialidade no processo de produção do filme, determinando o tom dito social e político, no sentido do fazer político partidário, a uma produção que se diz “arte”, pura e simplesmente.

Instâncias de intencionalidade na produção audiovisual caravelense e, por extensão, articulações e negociações entre processos de produção e recepção, representação e reconhecimento, fazem do Cineclube Caravelas uma espécie de base para um Estado ampliado, como proposto por Gramsci (2004), que elabora consensos e mediações entre a cidade, seu Governo, seus moradores, além de toda a sorte de recortes identitários e de pertencimento que atuam nas produções audiovisuais do Cineclube, ao falar para o mundo a partir das questões de gênero, sexualidade, raça e etnia, geração, classe e regionalismos. Ou seja, a partir de suas especificidades.

[...] a Comunicação da cultura depende menos da quantidade de informação circulante do que da capacidade de apropriação que ela mobiliza, isto é, da ativação da competência cultural das comunidades. [...] O comunicador deixa, portanto, de figurar como intermediário – aquele que se instala na divisão social e, em vez de trabalhar para abolir as barreiras que reforçam a exclusão, defende o seu ofício: uma Comunicação na qual os emissores-criadores continuem sendo uma pequena elite e as minorias continuem sendo meros receptores e espectadores resignados – para assumir o papel de mediador: aquele que torna explícita a relação entre diferença cultural e desigualdade social, entre diferença e ocasião de domínio e a partir daí trabalha para fazer possível uma Comunicação que diminua o espaço das exclusões ao aumentar mais o número de emissores e criadores do que o dos meros consumidores. (Martin-Barbero, 2003, p.46).

Ao reconhecer a necessidade de se produzir vídeos que sejam representacionais e que contemplem traços de reconhecimento pelo público, Jaco e tantos outros produtores das periferias brasileiras fazem saltar aos olhos a importância da intencionalidade e especialização tanto da produção como da recepção, revelando assim o importante papel creditado ao público e às audiências como codificadoras e decodificadoras daquilo que o produtor inseriu na mensagem. Afinal, a própria idéia de cinema comunitário indica o importante papel do público e audiência naquilo que, afinal, reconhecemos como recepção ativa. Nesse sentido, o cinema que se faz sobre Si, autóctone, quer seja exibido para o Outro ou para o Mesmo, terá o importante papel de

suscitar a afirmativa, elaborada por Stuart Hall (2003), de que a distinção entre denotação e conotação é apenas analítica – indicativa dos diferentes níveis em que as ideologias e os discursos se cruzam, e não da presença ou ausência da ideologia na mensagem. (Hall, 2003, p.397).

A reflexão sobre a concentração e controle da mídia e a circulação e distribuição massiva da informação *versus* um modelo de Comunicação midiática que privilegia problemáticas locais, regionais, anti-hegemônicas e alternativas impõe outro debate: a forma com que a mídia brasileira contribui para a construção de um imaginário e uma realidade excludente, que diz respeito à reformulação do espaço público das minorias brasileiras, à positivação de sua real inserção no processo civilizatório brasileiro e à demarcação de seu espaço na esfera do exercício de cidadania.

Através da promoção de políticas comunicacionais elaboradas ou defendidas por grupos, até então, excluídos do projeto midiático brasileiro, veremos emergir um movimento de produção audiovisual, que terá como principal característica a valorização de aspectos socioculturais inerentes à realidade desses grupos (minoritários, periféricos e invisibilizados). Essa é a idéia de mídia-ação, mediação. Como são tanto personagens como protagonistas, transformar-se-ão de invisibilizados em visibilizados, de excluídos em incluídos, de minorias em majorias, de desprivilegiados em privilegiados, de passivos espectadores em ativos produtores, criando uma espécie de ativismo social midiático, midiativismo, através da geração de meios próprios e específicos elaborados pelos grupos ou comunidades interessadas, baseados em formas de associações alternativas que têm privilegiado a produção e participação em mídia como cenário para a elaboração de novos ativismos sociais e, por extensão, para a organização de redes sociais contemporâneas. Portanto, pensar a partir do interior do Nordeste, do Brasil, permite-nos refletir sobre o conceito de periferia da periferia – contribuindo, assim, para o debate sobre cidadanização, que extrapola, pois, a esfera da teoria da Comunicação e engrossa os estudos sobre sociedade e cultura.

REFERÊNCIAS

- Albuquerque Jr., Muniz, D. (2001). *A invenção do Nordeste e outras artes*. São Paulo: Cortez.
- Bentes, I. (1999). *Sertões e subúrbios no cinema brasileiro*. Cinemais. n. 15. jan.-fev.

- Canclini Garcia, N. (2007). *Diferentes, desiguais, desconectados*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ.
- Downing, J. (2002). *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: Editora SENAC.
- Freitas, R. O. de et al. (2006). *Caderno de formação de educadores: projeto dinamização da juventude*. Rio de Janeiro: Fundação Roberto Marinho/Secretaria Geral da Presidência da República/Secretaria Nacional da Juventude.
- Freitas, R. De Tavares, J. C. S. (2007). Mídia e etnicidade: considerações acerca da importância da ação afirmativa na [e para a] mídia brasileira. *Revista Espaço Acadêmico* 31. Disponível em: http://www.espacoacademico.com.br/031/31ctavares_freitas.htm Acesso em: 10 mai. 2007.
- Gramsci, A. (2004). *Cadernos do cárcere*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Guimarães, C. e França, V. [Org.]. (2006). *Na mídia, nas ruas: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Editora Autêntica.
- Hall, S. (2003). *Da diáspora*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Jambeiro, O. et alii. (2005). *Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia*. Salvador: EDUFBA.
- Lima, V. (2006). *Vozes da democracia: histórias da Comunicação na redemocratização do Brasil*. São Paulo: Intervezes/Imprensa Oficial.
- Maia, R. (2006). Mídia e esfera pública. In: Maia, R. e Castro, M. C. [Org.]. *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Editora da UFMG.
- Martin-Barbero, J. (1997). *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Martin-Barbero, J. (2003). Por uma outra globalização. In: De Moraes, D. (Org). *Por uma outra Comunicação*. Rio de Janeiro: Editora Record.
- Martin-Barbero, J. (2004). *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da Comunicação na cultura*. São Paulo: Edições Loyola.
- Mcluhan, M. (1969). *O meio é a mensagem*. Rio de Janeiro: Record.
- Paiva, R. (2003). *O espírito comum*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Xavier, I. (1983). *Sertão mar: Glauber Rocha e a estética da fome*. São Paulo: Editora Brasiliense/Embrafilme/MEC.
- Zaidan Filho, M. (2003). *O fim do Nordeste e outros mitos*. (2ª ed). São Paulo: Editora Cortez.

Posfácio

Cesar Bolaño

A possibilidade que me foi dada, pelos organizadores deste livro, de apresentar algumas considerações sobre Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária (CPAC) é motivo de grande alegria, pois a temática a meu ver, é crucial para a luta epistemológica no interior do campo da Comunicação e das Ciências Sociais em geral.

A Dra. Cicília Krohling Peruzzo tem uma larga trajetória na área, que coincide cronologicamente com a minha, no campo da Economia Política da Comunicação (EPC) e, apesar da amizade e do trabalho comum que realizamos em diferentes momentos, junto com outros colegas, na construção de instituições como a ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación) ou a INTERCOM (Sociedade Brasileira de Ciências da Comunicação), o diálogo acadêmico entre os dois sub-campos no interior dessas entidades não tem sido tão significativo quanto deveria.

Sinal dos tempos, pois, se voltarmos àquele momento de intensa atividade política e intelectual no conjunto do mundo acadêmico, nos idos dos anos 70 do século passado, veremos que tudo isso fazia parte da totalidade do pensamento crítico latino-americano. Mas a trajetória do campo da Comunicação, em seguida, como de outros tantos, primou pela especialização, o que é bom, por um lado, ao exigir certo aprofundamento do trabalho acadêmico e a sofisticação de alguns instrumentos de análise, mas, por outro, impõe limites não desprezíveis à criatividade intelectual e ao diálogo interdisciplinar.

Mas o tempo não para, a História não acabou e este é o momento de retomada do pensamento crítico que, no campo da Comunicação, esteve por tempo demais restrito a algumas áreas, entre elas a EPC e a CPAC. Duas forças que devem unir-se para a luta epistemológica, a favor do pensamento

crítico, do realismo metodológico, da vinculação da teoria com a prática social.

Eu mesmo tive a oportunidade de atuar recentemente, em Aracaju, na preparação de um seminário internacional sobre o tema, que originou o livro “Comunicación, Educación y Movimientos Sociales en América Latina” (Brasília: Casa das Musas, 2010), organizado por mim e pelas professoras Verlane Aragão Santos e Sônia Meire Azevedo, em que se propõe esse diálogo. A Dra. Peruzzo e outros colegas da CPAC, de sua parte, têm participado assiduamente do GT de Economia Política e Políticas da Comunicação, da COMPÓS, desde a sua criação há quatro anos. Assim, entendo que o diálogo tem avançado e aproveito o oportuno momento para interpretar o seguinte trecho da apresentação deste volume:

no conjunto esses trabalhos ajudam a evidenciar que os ideais das lutas populares e das práticas de Comunicação das últimas décadas do século XX não morreram. Pelo contrário, em alguns casos eles permanecem, em outros estão sendo recriados. Essa passagem histórica, inclusive, pelos estudos teóricos da época faz falta à maioria dos textos aqui reunidos, quiçá possa ser feito num outro empreendimento do GT de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária, além de outros GTs da ALAIC que também se aproximam dessa temática.

Esse é um desafio comum que devemos enfrentar. Os GT da ALAIC estão passando por uma mudança significativa, fruto de um estudo que realizamos, Delia Crovi, Gustavo Cimadevilla e eu, entre 2007 e 2008. Delia é hoje vice-presidente da entidade e Gustavo, seu diretor científico, responsável pela reforma dos GT. O projeto está sendo implantado e, em decorrência, as coordenações de GT deverão mudar no congresso de Bogotá (setembro de 2010).

O desafio mais amplo que deveremos deixar para a nova geração de coordenadores – da EPC e da CPAC, no caso – é que assumam o papel de vanguarda que lhes cabe na reconstrução do pensamento crítico em Comunicação na América Latina, aproveitando os espaços de interação inter-grupos que serão estimulados a partir de agora.

César Bolaño
Presidente da ALAIC (2009-2011)



ALAIC

UNIVERSIDAD
DEL NORTE

Esta obra contiene una serie de textos que ponen en evidencia lo complejo que es buscar la articulación de cambio social, justicia y equidad a través de los medios de comunicación. Parafraseando a Elihu Katz, diríamos que “el centro de los medios está fuera de los medios”, y en este caso, a pesar de que los textos tratan de medios, son los procesos sociales y los cambios hacia un futuro mejor para los ciudadanos lo que justifica la relevancia del tipo de investigación representada en este libro que surge de la producción científica que ha circulado en los encuentros de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación - ALAIC, más especialmente del grupo de trabajo “Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía”. En total se compilan aquí 18 estudios de caso, desarrollados en Brasil, Perú, México, Argentina, Bolivia y Colombia, y uno en Tanzania (África), que reflejan lo que está pasando en la realidad latinoamericana (y tanzaniana) en términos de expresiones comunicativas, movimientos sociales, principalmente comunitarios, y el uso de los medios y de procesos comunicativos para la articulación de transformaciones sociales. Esta publicación, primera en su género con una perspectiva latinoamericana que se publica en Colombia, fue posible gracias al respaldo de la Red Danesa de Investigación en Nuevos Pensamientos sobre Ciudadanía, Autoridad y Espacio Público en América Latina, organización que colabora con universidades latinoamericanas en la formulación de proyectos comunes de investigación.

