



Diálogos sobre Comunicación Comunitaria

El poder de la voz.
Medios Comunitarios en América Latina.

Promovido por el



Ministerio Federal de
Cooperación Económica
y Desarrollo

Aviso Legal

EDITORIAL

Deutsche Welle
53110 Bonn
Alemania

AUTORA

Patricia Rendón

RESPONSABLES

Carsten von Nahmen
Rodrigo Villarzú

EDITOR

David Olmos

PUBLICADO

02/2022

© 2022 DW Akademie



Excepto se indique lo contrario,
Diálogos sobre comunicación
comunitaria por DW Akademie se
distribuye bajo una Licencia
Creative Commons
BY-NC-SA 4.0 Internacional:
[creativecommons.org/licenses/
by-nc-sa/4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0).

© Foto de portada: Los reporteros
Laura Senior y Octavio González
para Vokaribe Radio en Barranqui-
lla, Colombia. Copyright: Vokaribe
Radio

COORDINACIÓN DE LA SERIE EL PODER DE LA VOZ

Lena Gamper
David Olmos

ILUSTRACIONES

Gabriela Racines G. (Vikiut)

DISEÑO

Elena Stammnitz
Nilab Amir

Diálogos sobre Comunicación Comunitaria

El poder de la voz.
Medios Comunitarios en América Latina.

Autora



Patricia Rendón

Patricia Rendón Galván es comunicadora, periodista y productora radial, con especialización en gestión y diseño de proyectos en comunicación.

Tiene amplia experiencia como formadora de formadores en periodismo para medios comunitarios y producción de contenidos para radio con enfoque en género, cultura local, memoria y derechos humanos.

Es cofundadora de la Asociación de Radiodifusión Comunitaria Vokaribe, cogestora de la emisora comunitaria Vokaribe Radio en Barranquilla, Colombia, y su sitio web *vokaribe.net*.

Ha trabajado desde 2016 de forma independiente en diversos proyectos de fortalecimiento a medios comunitarios con DW Akademie América Latina. Actualmente es la responsable del área de México en la Oficina Ecuménica para la Paz y Justicia en Múnich, Alemania.

Prólogo

Mi primer encuentro con José Ignacio López Vigil fue una lluvia de ideas. Conversar con él es como estar sentado al lado de una enciclopedia viva. Su conocimiento y amor por la comunicación comunitaria es inagotable e inspirador. Llegué cargado de preguntas. Era el verano del 2017 y estaba buscando entender más a fondo los procesos inherentes a la comunicación comunitaria. Me lancé a una travesía de trabajo por el sur del continente americano, buscando respuestas, acercándome a nuestros socios y tratando de empaparme del espíritu que mueve la comunicación en los territorios.

Mi última estación antes de volver a Berlín fue Quito, Ecuador. Ahí conocí a José Ignacio, maestro de una generación de comunicadores y comunicadoras comunitarias, productor de series radiales polémicas y autor de varios libros sobre comunicación para el cambio social, producción radial y derecho a la comunicación en América Latina. No en vano, a José Ignacio se le conoce como *el padre del radioapasionismo*. Si la palabra no existe, acabamos entonces de crear el término para nombrar esa corriente dentro de la comunicación comunitaria que se refiere a la pasión que sienten quienes se mueven en el mundo de la radio, que trabajan haciendo escuela, tejiendo metodologías. Son hacedores y hacedoras de la comunicación, son parte de un gran laboratorio de medios.

Ese primer encuentro es la semilla de los Diálogos Intergeneracionales de Comunicación Comunitaria, DICC. DW Akademie invitó a radialistas, comunicadores y comunicadoras, así como académicos y académicas de la comunicación de México, Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia y Argentina a una serie de conversatorios virtuales. La reflexión se hizo desde los territorios, no desde las aulas. Las y los comunicadores compartieron sus procesos, sus esfuerzos por servir (informar) a su comunidad, los retos a los que se enfrentan en el día a día y los grandes dilemas que la era digital levanta de cara al futuro.

La idea de los diálogos nace en tiempos anteriores a la llegada del COVID-19, pero, si hay algo que la pandemia ha puesto en evidencia, es que los medios comunitarios siguen siendo de enorme relevancia para la articulación de procesos locales. Tanto ahora como ayer, las radios comunitarias son un capítulo esencial de la historia de los medios de comunicación en América Latina. Son repositorios vivos de la memoria de los territorios y de las comunidades locales, cada una con sus relatos e identidades propias. Radios libres, ciudadanas, comunitarias, radios que desde las periferias localizadas y simbólicas han aportado, y lo siguen haciendo, a la narrativa de un mundo en movimiento.

En el marco de los DICC, partimos entonces de la idea de que estos medios, y quienes los gestionan, han cambiado hábitos, maneras de producir contenidos y formas de relacionarse con las comunidades en las que implementan su trabajo.

Algunas de estas experiencias se han atrevido a probar nuevas maneras de trabajar no concebidas o descritas en manuales. Son proyectos culturales declarados, conectados con el territorio, decididamente locales en un mundo hiperconectado y globalizado.

Nos preguntamos de qué manera han logrado adaptarse en medio de tan veloces transformaciones y orientar los sentidos de lo comunitario. Qué han tenido que hacer para renovar sus formas de crear, producir contenidos en entornos transmediales, para habitar esas denominadas *comunidades impensadas*¹ desde los lugares de la autogestión, del cuidado y la percepción crítica de las realidades. Cuáles caminos imaginan, cuáles son los aprendizajes y apuestas de futuro.

Nos preguntamos cómo se ha transformado el paisaje de la comunicación comunitaria y sobre los retos a los que se enfrentan las nuevas generaciones de comunicadores y comunicadoras de estos medios y, en especial, qué es lo que mantiene vivas estas maneras de hacer y entender la comunicación en clave de ciudadanía y participación.

Las respuestas a esas preguntas las fuimos encontrando en cada uno de los cuatro DICC, descritos a continuación.

Mi más sincero agradecimiento a todas y todos los participantes de los Diálogos. Fueron muy generosas y generosos con sus conocimientos, saberes, sentires, ideas, inquietudes y esperanzas. Hay una generación empoderada que conoce sus posibilidades, que quiere nutrir procesos locales con su trabajo informativo. Informar es empoderar. Una ciudadanía (bien) informada es una ciudadanía empoderada.

Estos Diálogos son la continuación de aquella conversación que comenzó una tarde del 2017 en un café de Quito con José Ignacio Vigil, esta vez con las voces de los territorios, que son como libros abiertos cargados de experiencias. DW Akademie aspira con estas publicaciones a mantener vivo este intercambio, a nutrirlo con experiencias diversas, locales.



Rodrigo Villarzú
Director DW Akademie América Latina

¹ Amado, Adriana; Rincón, Omar (2015). La reinención de los discursos o cómo entender a los bárbaros del siglo XXI en la comunicación en mutación. Documento N° 15- FES-C3 Bogotá.

Índice

Autora	4
Prólogo	5
Apuntes iniciales	8
1. Capítulo: Sentidos de lo comunitario hoy	12
1.1 Perfiles de conversadores y conversadoras	13
Alma Montoya Chavarriaga	13
Claudia Magallanes Blanco	13
José Ignacio López Vigil	13
Sandra Osses Rivera	13
1.2 Antes de empezar a conversar	14
1.3 Punto de partida: comunidad es...	15
1.4 ¿Cómo se refleja lo comunitario en los medios?	16
1.5 Lo político en la comunicación comunitaria	17
1.6 Ampliaciones, transformaciones, mutaciones	19
1.7 De la teoría y reflexión a la práctica: testimonios	23
a. Elfego Riveros, Radio Teocelo, México	23
b. Marileny Choc, Radio Sayaxché, Guatemala	24
c. Walter Hernández, Vokaribe Radio, Colombia	25
d. Víctor Gómez, Radio Sucumbíos, Ecuador	26
1.8 Resumen de ideas, preguntas y retos	27
2. Capítulo: Comunitarias en tiempos digitales	32
2.1 Perfiles de conversadores y conversadoras	33
Edgar Zamora Orpinel	33
María Paula Martínez	33
Mayeli Sánchez Martínez	33
Santiago García Gago	33
2.2 Antes de empezar a conversar	34
2.3 Punto de partida: el asunto del derecho a la comunicación	35
2.4 Ventajas: expansión de agendas y exploración de lenguajes	37
2.5 Transformaciones de las dinámicas de comunicación en el contexto de lo comunitario a partir del posicionamiento de lo digital	38
2.6 Disputas en lo digital desde los medios y ejercicios de comunicación comunitaria	40
2.7 De la teoría y reflexión a la práctica: testimonios	43
a. Omar Rincón, periodista y académico, Colombia	43
b. Karla Lara, Radio Universidad, Nicaragua	44
c. Remberto, Camacho Radio Raqaypampa, Bolivia	44
d. Iván Mercado, Vokaribe Radio, Colombia	45
e. Jorge Cano, Wambra, Ecuador	46
f. Belén Pac, Radio Sónica, Guatemala	47
2.8 Resumen de ideas, preguntas y retos	48
3. Capítulo: Agendas expandidas	52
3.1 Perfiles de conversadores y conversadoras	53
Ana María Acosta	53
Clemencia Rodríguez	53
Omar Rincón	53

3.2	Antes de empezar a conversar	54
3.3	Punto de partida: desaprender	55
3.4	Agendas y medios conectados al territorio y más allá	58
3.5	Soberanías temáticas y rol de la escucha en la construcción de agendas	59
3.6	De la teoría y reflexión a la práctica: testimonios	62
	a. Mariana García Sánchez, Juan Gabriel Arrieta Ramos y Sarai Rivadeneyra Morales, Radio Tsinaka, México	63
	b. Aldo Moro, Radio Sayaxché, Guatemala	64
	c. Alirio González, Escuela Audiovisual Infantil, Colombia	65
3.7	Resumen de ideas, preguntas y retos	66
4.	Capítulo: Enredando redes	70
4.1	Perfiles de conversadores y conversadoras	71
	Jorge Guachamín	71
	Mónica Valdés	71
	Karla Lara Laguna	71
	Ernesto Lamas	71
4.2	Antes de empezar a conversar	72
4.3	Punto de partida: enredándonos en las redes de medios de comunicación comunitaria en América Latina	74
4.4	¿Cómo es el estado de las redes de medios comunitarios en América Latina hoy?	76
4.5	Retos de las redes	79
4.6	De la teoría y reflexión a la práctica: testimonios	80
	a. Elfego Riveros, Radio Teocelo, México	82
	b. Alirio González, Escuela Audiovisual Infantil, Colombia	83
	c. Vladimir Contreras, Boca de Polen, México	83
	d. Alejandra Carrillo Olano, Boca de Polen, México	84
	e. Mauricio Yucra Pérez, Radio Emisoras Bolivia	85
4.7	Resumen de ideas, preguntas y retos	86

Apuntes iniciales



Este documento recoge los resultados de los Diálogos Inter-generacionales de Comunicación Comunitaria (en adelante, DICC), los cuales consistieron en una serie de cuatro encuentros virtuales realizados a finales de 2020. En los DICC se habló sobre temas que consideramos son ejes transversales para entender las dinámicas de los medios comunitarios en la actualidad, tales como, los sentidos de lo comunitario en los medios, las radios comunitarias en la era digital, sus agendas y el papel de las redes de medios.

Nos interesaba especialmente identificar las transformaciones experimentadas en el paisaje de los medios comunitarios en clave de perspectivas, nuevas miradas y voces que siguen gestionando la vida de estas múltiples experiencias comunicativas.

En los cuatro DICC participaron más de 40 representantes de medios y colectivos de comunicación comunitarios de diferentes países de América Latina, así como académicos y académicas del campo de la comunicación que han aportado desde sus investigaciones y reflexiones a la comprensión de los medios comunitarios y sus dinámicas.

¿Para qué los DICC?

- Para generar escenarios de intercambio en clave intergeneracional entre comunicadores y comunicadoras de América Latina.
- Identificar los puntos de encuentro -y desencuentros-, pero además las proyecciones desde actores de la comunicación comunitaria.
- Aproximarnos al estado de los medios comunitarios en América Latina a través de las voces, reflexiones y experiencias de quienes intervienen en este escenario.

Ruta temática de los DICC

1. Sentidos de lo comunitario en los medios

Dialogamos y reflexionamos sobre los sentidos de lo comunitario y las nociones de comunidad, la participación y la relación con el territorio en los medios comunitarios. Nos aproximamos a las transformaciones que se vienen experimentando en el sector, especialmente observando sus prácticas y motivaciones actuales.

Participaron en la conversación José Ignacio López Vigil (Ecuador), Alma Montoya Chavarriaga (Colombia), Sandra Osses Rivera (Colombia) y Claudia Magallanes Blanco (México).

2. Medios comunitarios en tiempos digitales

Buscamos identificar las fisuras, pero también las oportunidades que alrededor de la conectividad surgen para los medios y colectivos de comunicación comunitarios en contextos urbanos y rurales. Nos preguntamos cómo se han transformado las ideas, las prácticas, las búsquedas alrededor de la comunicación comunitaria a partir de lo digital y la virtualidad.

En este diálogo participaron María Paula Martínez (Colombia), Santiago García Gago (España), Mayeli Sánchez (México) y Edgar Zamora (Guatemala).

3. Agendas en medios comunitarios

Nos dedicamos a pensar sobre los temas que ocupan lugar en las agendas de los medios comunitarios y, especialmente, cómo se expanden sus agendas en conexión con las temáticas y realidades que ocupan atención en las sociedades actuales. Nos preguntamos hacia dónde orientar una gran conversación entre hacedores de la comunicación en los territorios y las comunidades locales.

Conversamos con Clemencia Rodríguez (Colombia/EE. UU.), Ana María Acosta (Ecuador) y Omar Rincón (Colombia).

4. Las redes de medios comunitarios

Se propuso una lectura sobre la realidad de las redes de medios comunitarios iniciadoras y/o fundadoras en América Latina, así como una identificación de nuevas formas de trabajo en redes desde esta generación de hacedores y sujetos de la comunicación.

Dialogamos con Mónica Valdés (Colombia), Jorge Guachamín (Ecuador), Karla Lara (Nicaragua) y Ernesto Lamas (Argentina).

Finalmente, para facilitar la navegación de los resultados de estos diálogos, se estructuraron los capítulos en cinco partes:

1. una introducción al tema central que se aborda,
2. un texto que teje las ideas intercambiadas entre los y las participantes de los diálogos,
3. una selección de testimonios de representantes de medios comunitarios de los países de América Latina,
4. y un resumen gráfico de la sesión.

¡Buena lectura!

Mapa de participantes en los Diálogos Intergeneracionales de Comunicación Comunitaria en América Latina

EE. UU.	México	Guatemala	El Salvador	Nicaragua
Clemencia Rodríguez Universidad Temple	Claudia Magallanes Blanco Universidad Iberoamericana Puebla	Leticia Ortigoza Radio Comunitaria Tsinaka 104.9 FM	Marileny Choc Radio Sayaxché	Laura Aguirre Alharaca Contenidos
	Janis Carrillo Red de Comunicadores Boca de Polen A.C.	Juan Gabriel Arrieta Ramos Radio Comunitaria Tsinaka 104.9 FM	María Olga Domínguez Radio Sónica	Jimena Aguilar Alharaca Contenidos
	Ignacio Contreras Radio Comunitaria Tsinaka 104.9 FM	Concepción Reducindo Radio Comunitaria Tsinaka 104.9 FM	Aldo Moro Radio Sayaxché	Willian Carballo Escuela de Comunicación Mónica Herrera
	Vladimir Contreras Red de Comunicadores Boca de Polen A.C.	Mariana Riveros Radio Teocelo	Edgar Zamora Orpinel SÓNICA 106.9 F.M. DW Akademie	Lya Cuéllar Alharaca Contenidos
	Patricia Emiliano Radio Comunitaria Tsinaka 104.9 FM	Elfego Riveros Radio Teocelo	Belén Pac Radio Sónica	Leonel Herrera ARPAS y ALER
	Arturo Espinoza Red de Comunicadores Boca de Polen A.C.	Ana Laura Salgado Radio Comunitaria Tsinaka 104.9 FM		Norma Ramírez ARPAS
	Sarai Rivadeneira Morales Radio Comunitaria Tsinaka 104.9 FM	Mariana García Sanchez Radio Comunitaria Tsinaka 104.9 F		Metzi Rosales Alharaca Contenidos
	Alejandra Carrillo Olano Red de Comunicadores Boca de Polen A.C.	Mayeli Sánchez Técnica Rudas		Patricia Trigueros Alharaca Contenidos
		Antonia de los Santos Radio Comunitaria Tsinaka 104.9 FM		
		Joaquín Yescas Martínez Telecomunicaciones Xhidza/ Colectivo Xhidza		
				Karla Lara Laguna Radio Universidad

Argentina

Ernesto Lamas
Universidad de Buenos Aires

Colombia

Luis Einer Castaño
Oriente Estereo Cali- Renacer del Pacífico

Alma Montoya Chavarriaga
Grupo Comunicarte

Laura Gómez
Renacer del Pacífico

José Alirio González
Escuela Audiovisual Infantil

Walter Hernández
Vokaribe Radio

Matthias Kopp
DW Akademie

María Paula Martínez
Universidad de los Andes

Iván Mercado
Vokaribe Radio

Belén Pardo
DW Akademie

Omar Rincón
Universidad de los Andes

Sandra Osses Rivera
Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación – ALAIC

Monica Valdés
AMARC-ALC

Ecuador

Ana María Acosta
Fundación El Churo y Wambra Medio Digital Comunitario

Jor Cano
Fundación El Churo y Wambra Medio Digital Comunitario

Jaime Diaz
Radio Iluman 96.7 fm

Víctor Gómez
Radio Sucumbíos 105.3 fm

Jorge Guachamín
Corape

Nazario Silva
Radio Sucumbíos 105.3 fm

José Ignacio López Vigil
Radialistas Apasionadas y Apasionados

Bolivia

Gabriela Calle
Radio Pachamama

Remberto Camacho
Radio Raqaypampa del Gobierno Indígena Originario Campesino

Mauricio Yucra Pérez
Radio Emisoras Bolivia

Esteban Ramírez
Escuela Audiovisual Infantil

España

Santiago García Gago
DW Akademie

Alemania

Lena Gamper
DW Akademie

Patricia Rendón
DW Akademie

Rodrigo Villarzú
DW Akademie



CAPÍTULO I

Sentidos de lo comunitario hoy

En este capítulo haremos una aproximación al significado y sentidos de los medios y a experiencias de comunicación comunitaria en América Latina. Abordaremos dos conceptos centrales en la definición de lo comunitario: comunidad y territorio. Además, para acercarnos a las respuestas que arroja la pregunta sobre el lugar que los medios comunitarios ocupan hoy, se entrelazan aspectos relacionados con la incidencia de estos medios en las comunidades en las que interactúan, la participación y su pertinencia.

Finalmente reflexionaremos sobre mutaciones y/o transformaciones en las prácticas de los medios y colectivos de comunicación comunitaria.

En este diálogo participan José Ignacio López Vigil (Ecuador), Alma Montoya Chavarriaga (Colombia), Sandra Osses Rivera (Colombia) y Claudia Magallanes Blanco (México).



Claudia Magallanes Blanco

México

Profesora del Departamento de Humanidades de la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA PUEBLA

José Ignacio López Vigil

Ecuador

Coordinador del centro de producción RADIALISTAS APASIONADAS Y APASIONADOS

Alma Montoya Chavarriaga

Colombia

Directora de COMUNICARTE

Sandra Osses Rivera

Colombia

Coordinadora de comunicación de la ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN – ALAIC

1.1 Perfiles de conversadores y conversadoras



Alma Montoya Chavarriaga

Comunicadora social, especializada en comunicación y desarrollo, gestión y desarrollo comunitario, con más de 35 años de experiencia en proyectos de comunicación popular, educomunicativos y de educación superior, en diferentes países de América Latina. Es directora del Grupo Comunicarte² en Colombia, una organización conformada por profesionales del área de la comunicación que trabajan en temas de desarrollo social sostenible. Es integrante de la Red Panamazónica de Comunicaciones³ y de la Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular, ALER⁴.



Claudia Magallanes Blanco

Académica y activista. Profesora del Departamento de Humanidades de la Universidad Iberoamericana de Puebla, México. Desde hace más de 15 años, acompaña procesos de colectivos y organizaciones de comunicación comunitaria e indígena en pro de la justicia social y cognitiva. Entre sus áreas de investigación y activismo están la comunicación comunitaria e indígena, la comunicación para el cambio social y los movimientos sociales⁵.



José Ignacio López Vigil

Productor y capacitador de radio, de origen cubano. Autor de *Manual Urgente para Radialistas Apasionados* (2005)⁶, un libro que recoge casi 30 años de experiencia como capacitador en producción radiofónica. Es además autor y productor de series radiofónicas, entre ellas *Un tal Jesús*, que consta de 144 capítulos, así como radionovelas sobre mujeres latinoamericanas. Actualmente coordina el centro de producción Radialistas Apasionadas y Apasionados⁷ con sede en Quito, Ecuador.



Sandra Osses Rivera

Comunicadora social, maestra en Ciencias Sociales por FLACSO y doctora en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México. Es fundadora de la Asociación Colombiana de Investigadores en Comunicación – ACICOM⁸ y directora de Comunicaciones de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación – ALAIC⁹. Sus principales líneas de investigación son la comunicación comunitaria y cambio social, comunicación e infancia, género, medios y políticas públicas y metodologías cualitativas de investigación.

² Enlace a sitio web del Grupo Comunicarte: grupocomunicarte.org

³ Enlace a sitio web de la Red Panamazónica de Comunicaciones: <https://redamazonica.org>

⁴ Ver más sobre ALER en: <https://aler.org>

⁵ Enlace a publicaciones de Claudia Magallanes Blanco: <https://iberopuebla.academia.edu/ClaudiaMagallanesBlanco>

⁶ El Manual Urgente para Radialistas Apasionados de José Ignacio López Vigil se puede descargar en el sitio de radialistas.net

⁷ Más información sobre el centro de producción Radialistas Apasionadas y Apasionados en: radialistas.net

⁸ Más información sobre la Asociación Colombiana de Investigadores en Comunicación – ACICOM en: acicom.co

⁹ Más información sobre la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación en: alaic.org

1.2 Antes de empezar a conversar

La historia de los medios alternativos, comunitarios, populares, ciudadanos en América Latina está llena de experiencias, relatos, procesos, protagonistas y voces que han sido decisivos en la construcción y el fortalecimiento de procesos culturales locales, así como en la definición de caminos hacia la democratización de la comunicación. Son parte de ese collage de la Latinoamérica que se autodefine con su propio mundo diverso de vida y de quienes han encontrado en la palabra común la posibilidad única de hacerse visibles en contextos de exclusión estructural.

Para abrir este primer diálogo orientado a reflexionar sobre el sentido -o los sentidos- de lo comunitario en los medios, colectivos y radios comunitarias en estos tiempos, Rodrigo Villarzú, director de DW Akademie América Latina, nos dice:

«Mucho ha cambiado en el escenario de la comunicación alternativa, popular, comunitaria desde las primeras radios mineras, pero un aspecto común se mantiene: la importancia que siguen teniendo estas experiencias en todo el territorio de Latinoamérica...

“Han cambiado los contextos históricos, han cambiado las luchas, han cambiado los instrumentos que tenemos para hacer comunicación comunitaria, y ¿qué es lo que permanece?, ¿qué es lo que le da continuidad al trabajo de los medios comunitarios? Yo creo que es en sí la importancia que tiene que existan, que hagan parte de ese ecosistema de medios donde quepan todas las comunidades que no son escuchadas. Rodrigo Villarzú

Sobre la importancia de los medios comunitarios se ha reflexionado desde el primer momento en el que aparecen en el paisaje mediático de Latinoamérica. Reflexiones alrededor de experiencias y prácticas en el campo de la comunicación que emergen en América Latina, que se fueron tejiendo en contextos varios de transiciones hacia la democracia, en tiempos de transformaciones sociales y políticas profundas, en tiempos de migraciones masivas, de autonomías declaradas, de emancipaciones y feminismos, de corrientes de pensamiento decolonizadoras, de discusiones públicas que se tomaron redes sociales y saltaron a las calles en oleadas, posicionando en la agenda temas urgentes y de interés común.

Hablamos de prácticas que se enuncian desde las periferias locales – y globales– y, desde ahí, proponen otra manera de

pensar el uso de los medios, los sentidos de la comunicación en clave sur.

Una referencia necesaria en todo ese entramado son los aportes de Jesús Martín-Barbero, quien ya en los años setenta empezaba a dibujar lo que él mismo denominó posteriormente su *mapa nocturno*, para hacer referencia al trabajo de conocer y pensar. Una suerte de cartografía de ideas para indagar y reconocer las mediaciones y los sujetos:

«La comunicación se convirtió en mi campo de estudio y trabajo académico; un campo que, en mi concepción, remite tanto a los procesos sociales y políticos como a las mediaciones culturales [...] La apuesta de fondo sigue hoy siendo la misma: cambiar el lugar de las preguntas para hacer investigables los procesos y las prácticas socioculturales y políticas desde la articulación entre procesos de comunicación y movimientos sociales»¹⁰.

Y cambiar el lugar de las preguntas es la intención de estos diálogos propuestos por DW Akademie. Escuchar a quienes representan y expresan los retos asumidos por una nueva generación de comunicadores y comunicadoras comunitarios, en un entramado de sentidos que mantiene viva esa comunicación que enuncia desde el espacio simbólico del Sur y que reconoce el valor e importancia de mantener al aire medios y colectivos de comunicación comunitarios en conexión con los territorios.

Los conceptos y/o definiciones se transforman con el tiempo. Dependen de los contextos, de los momentos históricos, de los actores y las agencias. Esas transformaciones exigen volver a preguntarnos cuestiones básicas -y polémicas- como lo que le da sentido al hacer de estos medios o la comprensión sobre la delimitación y concepción de lo espacial en términos de lo otrora marcadamente local y territorial, que hoy cambia a una ubicación de esos no lugares alojados en procesos de orden global, interconectados, en los que las tecnologías de información y comunicación entran a jugar un papel decisivo.

Las narrativas mismas se transformaron. Las maneras de nombrar lo popular, lo comunitario, desde la comunicación, ganaron otros matices. Las formas de relacionarse con y entre las audiencias mutaron, pues el lugar de conexión con la radio dejó de ser en muchos lugares la llamada al teléfono analógico en estudio o la conversación en solitario con un locutor o locutora que no escucha y no responde. Hoy, ante las posibilidades de acceder a una ventana que cabe en las manos y que conecta, pareciera que todo ha cambiado. Entre eso, el significado de comunidad.

¹⁰ Martín-Barbero, Jesús (2018). En: Pensar desde el Sur. Reflexiones acerca de los 30 años de De los medios a las mediaciones de Jesús Martín-Barbero. FES COMUNICACIÓN, Colombia.

El sentido de lo comunitario es:



Palabras que aportaron como lluvia de ideas los y las participantes del encuentro para definir el sentido de lo comunitario en la práctica de los medios. Fuente: mentimeter.com

Como hablaremos de los sentidos de lo comunitario representados en los medios y experiencias de comunicación comunitaria, particularmente de radios comunitarias, el término *comunidad* emerge como apertura obligada en esta conversación.

Sigamos con atención este relato que resultó de la conversación sostenida entre José Ignacio López Vigil (Ecuador), Alma Montoya Chavarriaga (Colombia), Sandra Osses Rivera (Colombia) y Claudia Magallanes Blanco (México), para explorar los sentidos de lo comunitario en los medios comunitarios hoy.

1.3 Punto de partida: comunidad es...

Para José Ignacio López Vigil, la comunidad se construye con la palabra que se comparte. Y una radio comunitaria no es otra cosa que una palabra compartida: «Una palabra que se da, que se recibe en un barrio, en el área rural, en una gran ciudad o donde fuera. La palabra compartida es a mi juicio lo que construye comunidad. Si fuéramos silenciados, si estuviéramos condenados a callarnos la boca, no sería posible construir comunidad».

El lugar que se habita, desde dónde se interactúa y para qué se interactúa es lo que define y hace variado el término de *comunidad*, según Alma Montoya Chavarriaga, quien además señala que la *utopía* es la mejor manera de expresar lo que es comunidad: «No porque sea imposible, sino porque cada día se construye y no existe el punto para decir que esto sí es comunidad. En la variedad están esos procesos, en aquello que cada día es una novedad, cada día es algo por descubrir, es algo que se teje

cada día, y es aquello que, cuando se logra una sintonía por algunas cosas, se da la vida por esto mismo. Como cuando hay que pelear por un territorio, por unos derechos, cuando hay necesidad de construir un puente, cuando hay alguna necesidad».

Sandra Osses Rivera por su parte define comunidad como *un vacío*, una potencia, parecida a la utopía descrita por Alma Montoya Chavarriaga. Además, define lo comunitario «[...] como esos sentidos que vamos construyendo y tejiendo. Comunidad no es siempre lo mismo».

Comunidad puede ser entendida también, en opinión de Claudia Magallanes Blanco, como un entramado que se construye desde diferentes espacios, formas e intereses y que no se da *per se*, que no es estático, ni monolítico, sino múltiple y cambiante: «Uno tiene múltiples comunidades. Uno no está referido solo a una comunidad y en ese sentido no es solo estática la conformación o el entramado de quienes hacen comunidad. Para mí una comunidad no es, una comunidad se hace y se construye desde el lenguaje, desde las prácticas, desde los sentidos, desde los afectos, desde múltiples elementos y uno no está unido o atado a una comunidad de por vida. Uno puede confluir en múltiples comunidades en simultáneo. Creo que el eje que articula una comunidad no es el mismo siempre y esos distintos ejes nos ponen en pistas de conexiones distintas y entramados distintos cuando hablamos de la comunidad y lo comunitario».

Para Sandra Osses Rivera, esa diferenciación entre los conceptos de comunidad y lo comunitario se puede comprender cuando definimos comunidad como «[...] ese lugar, un vacío que

Una comunidad informada es una comunidad empoderada La comunicación al servicio de la comunidad



no está dado. No es una cosa que está ahí, que podemos dar por sentada, y que así amaneció y así anocheó, y así nace y así muere, sino es un espacio vacío. Y lo comunitario es esos sentidos que llenamos para configurar una comunidad».

En ese orden de ideas, Sandra Osses Rivera concibe la comunidad como un espacio posible de ser reconstruido, dinamizado y articulado en mil cosas cotidianamente, que nos hace estar juntos y querer estar juntos y al que otorgamos diferentes sentidos según, por ejemplo: «[...] la historia donde estamos parados, qué lugar nos tocó, qué historia tenemos, a qué colegio fuimos, en qué barrio vivimos, qué estudiamos, qué no estudiamos, con quién nos encontramos, cuáles experiencias nos rompieron *el coco* cuando leímos o no el manual de radialistas, y eso, por qué nos puso a construir una cosa de otra manera».

1.4 ¿Cómo se refleja lo comunitario en los medios?

En Latinoamérica, el número de radios comunitarias, en relación con el total de medios, resulta significativo y esperanzador. La Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC, registra 2.000 emisoras comunitarias en América Latina, de las cuales 500 son socias directas.¹¹ De acuerdo con el reporte más actual del Ministerio colombiano de Tecnologías de la Información y la Comunicación (2018), de las 1.592 emisoras de radio en funcionamiento en todo el territorio nacional (comerciales, de interés público y comunitarias), 627 tienen licencia como emisoras comunitarias.¹²

Sin embargo, la denominación *emisora comunitaria* no necesariamente determina lo que le da el sentido a la práctica de estos medios; pues, aunque parece obvio que los medios comunitarios están vinculados desde su hacer a las comunidades, no siempre son estas su objeto social. Alma Montoya Chavarriaga pone un ejemplo: «En Colombia... quinien-

¹¹ Recuperado 27.03.2021 de sitio web AMARC: <https://amarcalc.org/#>

¹² Recuperado 27.03.2021 de: <https://mintic.gov.co/portal/maparadio/631/w3-channel.html>, https://mintic.gov.co/portal/maparadio/631/channels-534_radioemisoras.xlsx

tas... ¡no! Ya hay un poco más de emisoras prendidas con licencia, pero...

“ ¿Qué se ganan con tener el apellido de comunitario ciertas emisoras si tienen una posición y un manejo más vertical y comercial que otras que son antiguas y locales y que están haciendo el papel comunitario? [...] los medios son el pretexto para conformar comunidades en pos de un fin. Alma Montoya Chavarriaga

Claudia Magallanes Blanco coincide con esta primera preocupación sobre las definiciones normativas, que muchas veces no nos permiten ver más allá y que no dialogan con esa comprensión de comunidad como algo que se hace, que se construye (y también se deshace): «Los medios comunitarios no son medios comunitarios ni por decreto ni por definición. Un medio comunitario es un medio comunitario al hacer parte de la comunidad en la cual está inserto, de lo contrario no tiene un carácter comunitario».

“ Lo que define que un medio que se denomine comunitario sea comunitario es la participación de la comunidad. José Ignacio López Vigil

La inserción de un medio comunitario en la vida de la comunidad desde donde opera se refleja, de acuerdo a Claudia Magallanes Blanco, en la relación construida en común entre el medio y la comunidad. El medio, de alguna manera, es parte de la comunidad y facilita la existencia de la comunidad desde su propio ejercicio comunicativo. A partir de eso, tiene múltiples posibilidades, tantas como las posibilidades que se encuentran en lo comunitario: «Tú puedes poner un letrero enorme que diga «Aquí hay un medio comunitario», y que en la comunidad la gente no lo reconozca como tal. Entonces es más bien una práctica de quienes están directamente en la cotidianidad de los medios, ya sea radio, videos, telefonía celular, intranet... lo que sea, y que tienen este sentido de pertenencia a un grupo, a un espacio, a esos referentes y desde esos referentes pueden construir».

En este sentido Sandra Osses Rivera hace referencia al origen, a las motivaciones que hay detrás de la creación de un medio de comunicación, como la radio o un colectivo que se auto-reconozca como comunitario, pero también sobre otros que, aunque no se denominen como tal (o no entren en la categoría comunitaria por el tipo de licencia de funcionamiento), también pueden estar insertos en la dinámica de la comunidad en

la que operan o abren espacios de vínculos comunitarios temporales: «Hay medios que se originan en procesos colectivos o en organizaciones colectivas, o incluso movimientos sociales, que reconocen la radio, o en la posibilidad de la comunicación, un camino para difundir, para movilizar, para denunciar, un camino para construir y ampliar el movimiento o el colectivo. Hay otras experiencias que arrancan de un medio, de un radialista enamorado de los micrófonos, incluso hay ingenieros en las historias que tenemos en toda América Latina, enamorados de la locución, que se instalan en un territorio y que empiezan, a veces sin darse mucha cuenta, a formar parte del territorio, hacer parte del sistema circulatorio del municipio, a integrarse a ese territorio amplio. En esas múltiples formas de los medios de ser comunitarios, también hay unas experiencias que podrían sentirse o que incluso son juzgadas por algunos entornos como no comunitarias, pero pueden cumplir por ejemplo una función comunitaria».

Para explicarlo, pone el ejemplo de Radio Preferida en Ocumicho (México), una emisora local cuya programación sonaba como la radio comercial y funcionaba a su vez como radio comercial al ser propiedad de una sola persona. Sin embargo, Radio Preferida era la única emisora en el pueblo que durante las fiestas patronales servía como canal para que las personas de la comunidad que habían emigrado a Estados Unidos se sumaran junto a su comunidad a la celebración y ritual más importante del pueblo para la construcción de tejidos comunitarios de Ocumicho. En ese sentido, la pregunta sería: ¿es o no comunitaria esa radio?

1.5 Lo político en la comunicación comunitaria

A finales de la década de los 40 aparecieron en el mapa mediático latinoamericano las dos primeras radios referenciadas como comunitarias: La voz del minero en Bolivia y Radio Sutatenza en Colombia. José Ignacio López Vigil nos cuenta que, durante décadas, la consigna política «era que la gente hablara, que la gente participara, devolverle esa palabra robada a la gente». Hoy día, de acuerdo a López Vigil, eso no basta: «No basta devolver la palabra, hay que devolver el poder a la gente, a nuestras comunidades, a nuestras ciudadanías que han sido debilitadas, hay que devolver el poder».

Las expresiones *devolver la voz*, *dar voz*, siguen siendo, 70 años después, parte del lenguaje de uso común para hacer referencia al escenario y sentidos de los medios comunitarios. Detrás de estas maneras de definir los fines últimos que caracterizan estos medios, emergen reflexiones que están directamente relacionadas con el sentido político transversal en toda apuesta comunitaria de comunicación, que pasa obligatoriamente por la comprensión de la noción de *comunidad* y los escenarios de transformación que se propician o en los cuales ya están inmersas.

En ese orden de ideas, Claudia Magallanes Blanco insiste en que...

“ [...] todo el mundo tiene voz, lo que pasa es que no hay necesariamente la salida para que esa voz sea escuchada en cualquier lugar. Claudia Magallanes Blanco

Propone repensar la comunidad y lo comunitario sin romantizar, sino valorando cada concepto en su justa medida y entendiendo que la comunidad, lo comunitario y los medios comunitarios pueden fungir para muchos propósitos.

Advierte, además, sobre lo problemático que resulta dejar por fuera del campo de discusión esas *otras comunidades* que existen y que no necesariamente representan características aquí ya enunciadas, como la exclusión, la falta de poder, de visibilidad y acceso a medios propios: «Quizás se está dejando por fuera un aspecto que también podría ser comunitario y que sea comunidad, y que no necesariamente sea de comunidades que no tienen el poder. Por ejemplo, podríamos hablar de comunidades fascistas, de comunidades neonazis, de comunidades racistas, de comunidades de ultraderecha, que también son comunidades en el sentido de que también hay vínculos de pertenencia, etc., y, a final de cuentas, no son necesariamente grupos que no han tenido el poder o que no tienen el ejercicio de la voz. [...] Hay que entender que también lo comunitario y los medios pueden estar al servicio de los ideales y de los fines de esas otras formas de comunidad».

Sandra Osses Rivera aporta a este hilo de la discusión cuatro elementos claves para entender la lógica de lo comunitario en los medios comunitarios en esa relación directa con el aspecto del poder:

- El primero es que son medios de comunicación que funcionan a partir de acciones colectivas;
- lo segundo, es que se construyen por colectivos que se identifican con otros colectivos en una posición asimétrica frente al poder hegemónico;
- un tercer elemento clave de estos medios comunitarios es el correlato y conciencia política. Son hechos por comunidades asimétricas que, en posición de asimetría o de subordinación, se identifican con otras comunidades subordinadas y en posición asimétrica, tales como sus públicos, sus interlocutores y aliados;
- y, un cuarto, es que evidentemente persiguen la transformación en lógica emancipadora. Son medios, que no solo son medios para transmitir, para informar de todo lo que hacemos realmente, sino que hay una intencionalidad en la apuesta de los contenidos y en las prácticas cotidianas de los radios que aspiran a la emancipación.

De acuerdo a Claudia Magallanes Blanco, estas prácticas emancipadoras, o estas prácticas que buscan transformación, deben tener un fuerte proyecto político, pero no necesariamente estar involucradas en el ámbito de la política.

Los medios comunitarios son una de las múltiples vías de manifestación o de expresión de ese sentido político de identidad y de pertenencia que conforma, además, un continuo en una historia y en una historicidad que aúna pasado, presente y futuro y que, de alguna manera, se va potenciando o presentando de acuerdo con las necesidades, en múltiples plataformas:

«El medio no necesariamente tiene que ser un soporte tecnológico, el medio implica muchas otras cosas, el medio puede ser la milpa, el medio puede ser la tulpa, el medio puede ser muchas otras cosas que le dan soporte a ese sentido de identidad y de pertenencia que tiene un fuerte carácter político y que no es externo, que no te lo da una persona que viene de fuera y te dice «te doy permiso de tener agencia» y tampoco es que viene alguien de afuera y te dice «te doy permiso de tener voz», es que esa agencia y ese poder y esa voz ya estaban. Lo que pasa es que sí hay una serie de mecanismos, dentro del poder hegemónico que controla las instituciones y los instrumentos y que regula y que ejerce ese control desde esas instituciones e instrumentos. Es ahí, precisamente, donde está este poder emancipador: en no pedir el permiso de usar esos instrumentos ni de usar esas herramientas ni de estar necesariamente inserto en esos ámbitos de institucionalidad».

En esos contextos que develan asimetrías se dan terrenos fértiles y propicios para que surjan experimentaciones de medios, de colectivos, de radios y otras formas que desde la comunicación son referentes en América Latina por ser expresiones de esas *alternatividades* que emergen en medio -y en los márgenes- de sistemas excluyentes. Experiencias que hablan muchas veces desde la vida en comunidad, que resisten desde formas de autogestión, que abren espacio a lo popular como expresión válida de lo propio y autóctono, de lo que necesita ser contado y de lo que exige encontrar un lugar para narrarse y dejar memoria.

Para Sandra Osses Rivera, los medios comunitarios como concepto, «como una forma de hablar entre nosotros y de comprendernos», poseen unas particularidades políticas que tienen que ver con la posición frente al poder, específicamente en los sistemas mediáticos, que les hace tener una construcción particular, propia.

«Los medios comunitarios no están en el centro de la industria cultural, no están en el lugar de quienes tienen el poder y jalan la industria cultural con objetivos de lucro o no, pero no están ahí. Los medios comunitarios están en una posición asimétrica y distinta en el mundo del poder mediático, seguramente eso coincide también con el poder económico, con el poder político, con el capital social, etc. ...

“ Un medio de la industria grande puede tener contenidos que también tienen los medios comunitarios, contenidos educativos, contenidos de inclusión, contenidos de todo tipo, pero eso no los hace ser medios comunitarios. Sandra Osses Rivera

Todo esto nos lleva a plantearnos preguntas en torno a la identidad de estos medios, en especial de las experiencias en lo radiofónico. ¿Qué los diferencia o los acerca en sus formas diversas de hacer comunicación?; ¿existe una identidad como medios comunitarios?; ¿existe un nosotros en los medios comunitarios hoy?; ¿qué los hace ser, y qué no, comunitarios?

Claudia Magallanes Blanco cuestiona que haya un canon de lo que es y no es comunitario y por ende una identidad de lo que es y no comunitario: «Si partimos de decir que lo comunitario no es monolítico, no es una sola cosa, que está en transformación, que abarca muchas cosas, pues tampoco podemos decir que haya un medio, que haya una sola forma de ser medio comunitario, una sola identidad o que es prescriptivo. [...] Eso es lo que han hecho de alguna manera las legislaciones: «si es medio comunitario tiene que cumplir con A, B, C, D, E, F, características de acuerdo con la ley.» Eso es un marco institucional para la regulación y cumple otra función. [...] No hay una sola identidad y no hay una sola manera de ser medio comunitario».

Encontraremos similitudes en las características entre un medio y otro, entre colectivos y proyectos de comunicación. Rasgos que permitan deducir desde qué lugar, con quiénes y el cómo se enuncia. Cercanías en las maneras de denominarse o del hacer (estéticas). Estos rasgos comunes: el hacer, el estar, el participar, el construir, el tener esa sensibilidad y esa pertenencia nos aproximan a definiciones de tribus de sentidos y/o comunidades a nivel de medios. Y, sin embargo, «[...] cada medio comunitario se ve y se siente distinto. Podríamos tratar de generar como ciertas comunales entre las experiencias, de manera que pudieran decir que tenemos un significado compartido de lo que puede abarcar un medio comunitario. Pero si nos ponemos en el campo restrictivo, lo volvemos una caja de fuerza, un cajón tan cerrado que estamos excluyendo posibilidades de experiencias que probablemente no conocemos o no han existido o no existen», concluye Claudia Magallanes Blanco.

1.6 Ampliaciones, transformaciones, mutaciones

“ Lo que ha cambiado es el contexto histórico y con ello las banderas de lucha de los medios comunitarios. Estos cambios son tanto o más profundos que los cambios tecnológicos. Rodrigo Villarzú

“ El contexto histórico y político impacta directamente en las prácticas de los medios y en sus objetivos. Claudia Magallanes Blanco

Estas afirmaciones de Rodrigo Villarzú y Claudia Magallanes Blanco nos llevan a la pregunta de las transformaciones que se han experimentado en el paisaje mediático comunitario. El lugar desde donde intervienen, y las condiciones sociopolíticas de los contextos en los que actúan, juegan un rol determinante en sus maneras de ser medios, en sus narrativas y modos de gestionarse.

Dos elementos son constantes y transversalizan las diversas prácticas de la comunicación comunitaria: son locales y son espacios de manifestación de lo popular. Sus agendas siguen conectadas (en niveles varios) a las realidades de los territorios y desde esos escenarios enuncian sus postulados.

La singularidad de estos medios y colectivos está directamente conectada con el territorio, sea cual sea. Los mensajes siguen siendo en gran medida lo que ven los ojos, lo que escuchan los oídos, lo que reclama ser comunicado. La tecnología amplió el espectro de salida y alcance, sin embargo, podríamos decir que la conexión en el escenario de la virtualidad no desconecta ese polo a tierra, que sigue, y seguirá siendo, el entorno cercano. En niveles diversos, pero constantes.

Es el territorio el que habla y desde donde se habla. Son sus singularidades los potenciales y reales escenarios de enunciación. Son sus realidades complejas las que exigen la emergencia de espacios que permitan poner en común. Y en ese sentido, los radios y medios comunitarios siguen siendo un imaginario fundamental para fortalecer las democracias, pues su eje y escenario de acción sigue siendo la realidad local, expresada en voces locales, con rostros e historias reales locales.

Aunque haya transformaciones en los modos de narrar y los recursos que se usen, sigue siendo el territorio desde donde se comunica el polo a tierra de proyectos y medios de comunicación comunitaria. Omar Rincón lo expresa así: «El territorio se puso de moda como lugar político y de enunciación. Se abrió lo comunicativo a la comida, a las músicas, las fiestas, las mujeres. ¿No

pasaba eso antes?, ¿no ha pasado eso siempre? En suma, eso no es una mutación como tal, es algo que se ha mantenido».

Pero también es cierto que hay transformaciones evidentes. Y estas se expresan no solo en las tecnologías que inciden en las maneras de producción de los contenidos, los formatos y estéticas o recursos que se usan para hacer la comunicación. Para Omar Rincón, esa mutación tecnológica materializada y al alcance es fuerte y significativa y habla de la necesidad de contarnos haciendo uso de lo que tengamos a mano: «Lo que hoy las radios comunitarias no hacen, lo hace el WhatsApp. Un ejemplo, es la Escuela Audiovisual de Belén de los Andaquíes, ellos hacen con WhatsApp radio comunitaria sin necesidad de tener una emisora comunitaria».

Sandra Osses Rivera habla de *ampliaciones y coexistencias* en las prácticas, discursos, tecnologías y actores, en vez de cambios: «Yo no diría *cambio* como la idea de que algo cambie y deja atrás algo que se muere, sino que hay una ampliación en la mayoría de las prácticas y discursos y de formas tecnológicas y de actores. Hay ampliaciones. Habrá cosas que ya no existan de pronto, pero deben ser unas pocas, por ahí hay artefactos como las radios de Radio Sutatenza de colores que ya no existen, por ejemplo, esos sí ya se fueron. Pero, de las prácticas hay permanencias, transformaciones, ampliaciones, no cambios radicales». Y lo complementa con el ejemplo de las radios tradicionales en FM o en AM, que mantienen prácticas muy ligadas a lo tradicional, pero con una potencia e impacto significativo en el territorio situado, y otras que siguen conectadas al territorio y conviven al tiempo con otras cosas que solo están en lo online.

Alma Montoya Chavarriaga advierte sobre lo que considera son diferenciaciones necesarias al momento de hablar de transformaciones en el escenario de la comunicación y de los medios comunitarios. Estas transformaciones en su opinión solo pueden ser comprendidas por el sentido que estos medios de comunicación ganan en las dinámicas propias de las comunidades:

«Yo siempre digo, ¡ajo!, una cosa es la comunicación y los medios ancestrales, después medios analógicos y luego medios digitales virtuales. Y no descarto ninguno. [...] Si yo estoy trabajando con comunidades debo respetar también los medios y los generadores de comunidad que lo que permiten es unir energías para buscar o para tener ese poder. En toda la preparación del Foro Social Panamazónico, lo que nos congregó en una comunidad para charlar y para conversar fue el mambe. [...] Yo creo que hay que combinar según la comunidad lo que mejor sirva a una comunidad y lo que más ha hecho llegar a una comunidad. Entonces, para mí los medios son pretextos y las razones, esa *utopía*, es lo que queremos lograr, lo queremos trabajar con una comunidad».

Los cambios tecnológicos son, indudablemente, transformaciones visibles que han incidido en las maneras de hacer

Hay medios ancestrales, medios analógicos, medios digitales, es necesario respetarlos todos, ponerlos a dialogar... porque todos generan comunidades.



Los medios son el pretexto para conformar comunidades en pos de sus búsquedas: el buen vivir, derechos... la fuerza del medio la puede (y debe) usar la comunidad.

comunicación desde los ámbitos locales y comunitarios. No hay duda de que la infraestructura tecnológica para llevar a cabo la tarea de hacer comunicación se ha vuelto más *liviana*. Hoy día es posible conectar en simultaneidad transmedial con las audiencias, sacar las emisoras a la calle, ensayar con formatos diversos como la videocolumna, transmitir la radio vía *streaming* por canales y plataformas virtuales, volver una conversación en Facebook un debate público, etc.; todas, son innegables posibilidades para explorar.

En ese sentido Alma Montoya Chavarriaga insiste en que lo que ha cambiado es la forma de consumo y producción, han cambiado los lenguajes y se han actualizado:

“Hoy día la radio no solo se oye, hoy día la radio se ve; hoy día se interactúa, hoy día la radio tiene pantalla... Alma Montoya Chavarriaga

Hay un comentario que dice: «Entonces, ve, la radio ya se envejeció, la radio ya pasó el cuento». No, hoy día como nunca en la radio es donde más se ve esa convergencia mediática. Hay una cantidad de este tipo de ejercicios y de experiencias de apropiación [...] ¿Que la radio pasó? Y, entonces, ¿por qué hay tanta gente

con los audífonos en el transporte público? Ah, no, es que están escuchando música. Y ¿eso no hace parte de la radio?».

En opinión de José Ignacio López Vigil, esas tecnologías muchas veces se desaprovechan y, aunque hay cambios evidentes, nada se resuelve:

«Antes, para sacar la radio a la calle, uno debía tener una unidad móvil, las antenas, el cable, el lío, y hoy día con celulares podemos transmitir desde la calle; y, sin embargo, muchas veces en las radios comunitarias nos hemos quedado en la cabina, conchados en la cabina, imaginando que con el Facebook live ya hemos resuelto todo. ¡No hemos resuelto nada!, precisamente la maravilla de la tecnología que tenemos en nuestras manos es la que nos permite sacar la radio de la radio. La mejor radio se hace fuera de la radio, en la calle, en el mercado, en los barrios. Radios que sean realmente callejeras, que salgan de las cabinas. Y hoy podemos hacer eso con mucha facilidad. [...] Eso me parece fundamental para la construcción de una comunidad que no se construye dentro de las cuatro paredes de la radio, sino sacando la radio a la calle».

Un aspecto interesante en este momento de transformaciones, adaptaciones y mutaciones ágiles, en lo que lo tecnológico juega un rol decisivo, es la dimensión intergeneracional. Una

comunidad reúne a generaciones diferentes y, sin embargo un común denominador en las prácticas de los medios comunitarios es encontrar medios pensados y gestionados desde el *adultocentrismo*. La posibilidad real de intervención en la dinámica de hacer comunicación es muchas veces excluyente para las generaciones más jóvenes.

En teoría, una radio, o cualquier medio comunitario participativo, debería recoger todas esas dimensiones que pasan por el acceso y por la materialidad de las nuevas tecnologías, pero también por los intereses y gustos de las generaciones más jóvenes.

¿Qué tanto se han adaptado las radios comunitarias a las exigencias e intereses de las nuevas generaciones?

Claudia Magallanes Blanco lo define como un reto que no solo pasa por el impacto que se produce en la forma de hacer radio y en la forma de concebir la radio, sino en el desafío que representa el mantener dentro del ámbito del medio comunitario un diálogo entre las distintas generaciones de una comunidad. Y nos lo explica en un ejemplo:

«En el estado de Oaxaca, México, hicimos una evaluación de audiencias de radios comunitarias y lo que veíamos era que en ciertas comunidades la radio comunitaria era la más escuchada aun cuando hubiera otras radios de carácter comercial, pero que todavía la audiencia de esa radio eran personas adultas, y que el otro público eran quizás niñas y niños que tenían ese espacio infantil. Las y los adolescentes quedaban en poco en la nebulosa y no conectaban con la radio comunitaria. ¿Por qué?, porque tenían internet, tenían Facebook, tenían Twitter, tenían Instagram, y no estaban encontrando en la radio nada que resonara con lo que eran sus gustos, sus intereses y sus inquietudes como adolescentes, como jóvenes. A eso me refiero con que el cambio tecnológico no solo implica cómo hacemos radio, sino los otros aspectos tecnológicos que están presentes en la vida de una comunidad, y con los cuales el medio comunitario tiene que convivir, y en esa convivencia tiene que actualizar y reinventar sus formatos, sus contenidos, sus lenguajes, sus formas de narrativa, sus acercamientos a las diferentes audiencias».

Frente a estos cambios y diálogos en lo generacional, Sandra Osses Rivera habla de *inercias* que se expresan en los aspectos que se mantienen y también en otros que avanzan rápidamente en diálogo con los cambios tecnológicos. Marca además una transformación en las maneras como se re-significa y relaciona el territorio; el situado y el digital. El primero anclado como territorio, que se construye en un lugar (como el municipio, la ciudad, etc.), pero también ese otro territorio digital que además interactúa con ese territorio situado.

Pone como ejemplo el caso de Colombia, en el que confluye una generación de radialistas comunitarios que pareciera anclada en el pasado, con otra que sale de la radio de estudio clásica, pero retorna a ella interactuando desde la calle:

Contenidos y prácticas emancipadoras

Las prácticas emancipadoras tienen un fuerte proyecto político, de identidad y de pertenencia, pero no necesariamente están involucradas con el ejercicio de la política.



Superar el adultocentrismo

La utopía permanece, los sueños de lo pequeño son utopía también, y además lo que nos parece pragmático no es menos utópico: el derecho al agua, tumbar el patriarcado...



Responsabilidad de contenidos e identidad



Cambio tecnológico y su impacto en la forma de hacer y concebir radio, hay un reto permanente para mantener a las distintas generaciones.

Narrativa Lenguaje Formatos Herramientas

Compromiso de estar con la comunidad y su constante transformación.

«[...] esas generaciones de los fundadores de los medios tiene que ver mucho con la lucha por la legalización en los noventa, etc.; es un poco como que el avión despegó y ellos quedaron de alguna manera ahí, aunque cumplen unas funciones importantes, por ejemplo: tienen audiencias maduras. Vientos Estereo de Bogotá tiene unos públicos a los que nadie más les pone música campesina ni les hace fiestas en los asaderos de Venecia de pachanga y de carranga, entonces esa emisora que seguramente no ha avanzado con la rapidez de lo tecnológico que

está seguramente ahí, que tiene un público que está en ese lugar, no ha logrado hacer el cambio generacional en su grupo de programadores, ni de radialistas. Pero también hay unas generaciones nuevas con mucho ímpetu en Bogotá, que además no son solo radios FM sino muchos colectivos, *pódcasters*, gente que sale a la calle a hacer reportería, que han hecho cosas recientemente muy importantes, como transmitir en vivo la minga o el paro. Y ahí hay una generación de jóvenes que sí tiene una *plasticidad* con el uso de las tecnologías. Yo creo que ese es un cambio».

A manera de conclusión, José Ignacio López Vigil plantea que, más allá de los lenguajes y recursos que se usen, en los que evidentemente se observan transformaciones, hay algo que se mantiene, aunque se exprese de maneras distintas, ese algo es la bandera de la justicia, de una sociedad más justa, más redistributiva:

“ Lo que no cambia es el compromiso con la justicia, el compromiso con una sociedad más equilibrada, más justa. Eso no cambia. Eso no se negocia, esa es la utopía, ese horizonte que nos ayuda a seguir caminando, construyendo otro mundo posible... José Ignacio López Vigil

Ese compromiso con un mundo más justo, con otro mundo posible, es lo que no cambia, eso no se negocia en un medio con un sentido claro de lo comunitario».



En el estudio de Radio Sucumbios, las historias locales se narran no solo en los programas de radio, sino también a través de contenidos audiovisuales para redes sociales.

1.7 De la teoría y reflexión a la práctica

Pregunta guía:

¿Cómo se refleja lo comunitario o el sentido de lo comunitario en las prácticas de sus medios o de sus proyectos de comunicación?

Testimonios:

Elfego Riveros (Radio Teocelo, México), Marileny Choc (Radio Sayaxché, Asociación ASEC, Guatemala), Walter Hernández (Vokaribe Radio, Colombia), Víctor Gómez (Radio Sucumbíos, Ecuador)



Elfego Riveros
de Radio Teocelo,
México

«Radio Teocelo tiene 55 años al aire. Hemos armado la programación partiendo básicamente de los gustos y de los intereses de una audiencia cautiva en 50 kilómetros a la redonda. No es un medio vertical que arma una programación y la envía, sino que busca hacer posible un diálogo y una negociación para los contenidos.

Hay diversas formas de hacerlo: una es el recorrido que realizan los promotores de la emisora a lo largo de los seis municipios de cobertura. La emisora tiene una red de corresponsales, una red de promotores y son estas personas las que están intermediando en ese diálogo para armar estos contenidos con base a gustos e intereses. La otra es a partir de las llamadas telefónicas, cartas o los comentarios en Facebook.

Ocasionalmente se realizan talleres y asambleas en las que se evalúa la programación, se mide el impacto de los programas, se debate el perfil o el desempeño de una locutora o locutor. Ha habido ocasiones en las que algún programa tiene que salir del aire después de estas evaluaciones.

Nos parece importante la participación de la gente en el financiamiento. Es decir, no solamente son oyentes cautivos, sino que también aportan dinero. Radio Teocelo es de las emisoras en México que cuentan con una apropiación del medio, la sienten cálida, la sienten cercana, la sienten útil, es su paño de lágrimas, se enamoran del proyecto, lo defienden y lo financian. Es otra manera de construir comunidad con las personas que oyen la programación.

Tenemos un programa al aire que se llama *Cabildo abierto*, este programa lleva 22 años y busca promocionar gobiernos municipales eficientes, transparentes y democráticos. ¿Cómo funciona?, simplemente todos los días de lunes a viernes, de 9 a 10 am, viene un ayuntamiento a la radio y se hace un diálogo público entre la ciudadanía y sus servidores públicos, partiendo de que son los ciudadanos y las ciudadanas quienes ponen los votos el día de la elección y ponen los dineros para sus sueldos. La postura ciudadana a través de Radio Teocelo es de que dicen las personas: «nosotros somos los patrones y ustedes son nuestros empleados», así de fuerte es el diálogo.

No ha sido fácil este diálogo público, porque hay alcaldes, alcaldesas, síndicos, regidores a los que no les gusta este tono con el que habla la gente, pero ya se convirtió en un arma de poder político ciudadano porque hacemos ese llamado de *periodismo de intermediación* que consiste en que la radio pone el micrófono y la ciudadanía dialoga con sus autoridades al aire durante una hora.

Hay teléfono abierto, hay acceso a comentarios a través de Facebook, de cartas, la gente viene al estudio, se presenta y de cara a cara dialogan con sus autoridades. Y hay de todo, hay crítica, hay propuesta y a veces hay aplausos. Así es que se ha hecho una especie de contraloría ciudadana para que los gobiernos transparenten sus sueldos, los contratos de obra pública, cómo está trabajando la policía municipal, qué resultados hay. Esto se ha convertido en toda una estrategia en la cual hay aprendizajes. Aprenden los servidores públicos, aprende la ciudadanía y aprende la radio.

En resumen, ha sido exitosa. El programa tiene 22 años, hubo una distinción a nivel nacional con premio nacional de periodismo, seguimos puliendo la estrategia y la herramienta y la gente está encantada de que este programa exista. Entonces, esto sí va cambiando la relación con las autoridades y nos parece una buena muestra de cómo incide la ciudadanía a través de su propio medio».



Rosy Vanda, que lleva 40 años en Radio Teocelo, con micrófono en mano narra los acontecimientos para una transmisión desde las calles de Teocelo.



Marileny Choc de Radio Sayaxché, Guatemala

«Pertenezco a Radio Sayaxché, una radio que tiene sus años y también tiene su historia. Fue la primera radio que nació acá en Sayaxché gracias a la Asociación ASEC. Buscamos que la población sea la que comparta la información. Les hacemos ver que ellos son también comunicadores desde sus comunidades, desde los lugares donde ellos nos escuchan.

La manera más fácil con la que se ha logrado llegar a las diferentes comunidades ha sido con el apoyo de las diferentes organizaciones que se encuentran en el área, como la Asociación Iskit, que es una asociación que apoya a las mujeres dándoles capacitaciones, talleres en las diferentes comunidades. Se dieron cuenta de que no podían llegar a todas las comunidades, a todas las regiones más remotas de Sayaxché, así que buscaron cómo participar en la radio, hacer un programa y de esta manera se ha ayudado mucho a la población.

¿Qué logramos con esto? Que las mujeres, las que ya se han educado por medio de la radio y lo siguen haciendo, también eduquen a las demás mujeres.

También se le da el espacio a las personas que se dedican a la agricultura. En Guatemala, la agricultura que se trabaja es el maíz, el frijol, entre otros cultivos. Se les da el espacio a los campesinos

donde podemos también conocer acerca de las semillas, por ejemplo, cuál es la mejor o cómo se lleva el proceso de la siembra.

Ahora estamos implementando el espacio de los jóvenes pues sabemos que son el futuro de Guatemala. Y nos preguntamos, si ellos son el futuro, ¿cómo los vamos a educar? Entonces, por medio de la radio se busca también asesoría de personas expertas en temas de jóvenes, en temas de mujeres y en diferentes temas. Podríamos mencionar el Ministerio de Agricultura, Gananería y Alimentación, MAGA, o el Consejo Nacional de Áreas Protegidas, CONAP. Con todos ellos vamos abordando dichos temas. Hacemos foros donde participa la población. Ahora por la pandemia son virtuales, pero antes eran presenciales. En los foros la población nos decía qué era lo que no le gustaba, qué le parecía bien, qué cosas se podían mejorar. De esta manera ellos también se apropian de la información y también son comunicadores.

Nosotros les hemos dicho que no tiene que ser el periodista el que nos brinde la información, sino que ellos también pueden hacerlo. ¿Qué mejor manera que ellos nos cuenten las cosas como sucedieron? Es importante que sean ellos quienes lo digan y no que lo venga a decir alguien más que de repente ni siquiera vio cómo pasó la situación o que desconozca toda esa información.

Las redes sociales como el WhatsApp, el Messenger y las diferentes plataformas que existen, nos han ayudado a que la población también se vaya sumando y que también se vaya educando.

También trabajamos en la educación del buen uso del internet con jóvenes y con mujeres de diferentes culturas y diferentes edades. Esa parte de la Alfabetización Mediática e Informacional, AMI, se viene trabajando con la organización Comunicares y hay muchos jóvenes que están participando y se están educando en ese ámbito».



Marileny Choc en la conducción de su programa de radio, transmite simultáneamente en vivo para las redes sociales.



Walter Hernández

Walter Hernández de Vokaribe Radio, Colombia

«Vokaribe Radio le habla al Caribe y al mundo desde una ciudad que se llama Barranquilla y, en lo concreto, desde la zona suroccidental de la ciudad. Desde ahí se empieza a tejer para nosotros y nosotras esa configuración del sentido de lo comunitario.

La radio nace con el carácter de reivindicar lo que ocurre en esta zona y para ponerla en diálogo con el resto de la ciudad. En el suroccidente de Barranquilla vive casi la mitad de la población que llegó a esta ciudad entre las décadas de los 50 y 80, en gran parte buscando mejores oportunidades y también huyendo de la violencia en los territorios y zonas rurales. Es una comunidad que ya tiene varias generaciones que fueron organizándose de forma comunitaria, porque había que construir todo, desde la propia casa hasta obtener los servicios públicos como luz, agua y alcantarillado. Entonces, la radio se inserta ahí y se conecta con las comunidades que viven con esas realidades.

Vokaribe es la confluencia de organizaciones sociales y personas que cuentan y construyen a diario lo que son, lo que es ese territorio y se mueven para fortalecer la libertad de expresión. En Vokaribe confluyen diversidades sexuales, diversidades étnicas, diferentes generaciones y tienen un lugar en la programación de la radio. Todo el tiempo se está construyendo ese sentido, se está aprendiendo a dinamizar el *cómo se comunica*, pues consideramos que nada está acabado y nada se considera fórmula.

Podríamos dividir este proceso en dos etapas: una primera etapa desde los noventa que es la iniciación, y una segunda desde el 2008, cuando ya formalmente se constituye como una radio con licencia de funcionamiento. Lo que hemos hecho durante todo este tiempo es diseñar espacios de participación y formación. Hacer que todo esto fluya a través de la programación. Ejemplos de ello: compartir la información local a través de un informativo que está hecho con el equipo de Vokaribe y que implementa la reportería comunitaria; es la forma para conectarnos con lo que ocurre en lo local.

También en la vinculación de las personas y las organizaciones a la programación con sus diferentes mundos, por ejemplo, el mundo de organizaciones de personas LGBTI, que se comparte a través de espacios como el programa *Arco iris a blanco y negro*, en el que se visibilizan sus reivindicaciones, su reclamación y defensa de derechos. Otro ejemplo son los espacios de las organizaciones o grupos étnicos, como los afros, que se expresan

a través de la música y a través del mundo joven en unos espacios que sirven para dinamizar entre iguales, entre combos étnicos de la zona. Vokaribe es uno de esos lugares desde donde enuncian lo que son, hacia el resto de la ciudad y hacia el mismo suroccidente.

Otro ejemplo de lo que hacemos es visibilizar las historias locales a través de un programa que se llama *Barreal*, historias de barrios contadas por sus protagonistas. Es como una serie en la que se muestra, desde la voz de sus protagonistas, el pulso de lo que pasa en el barrio, pero también queda una memoria de cómo se conformó el tema de esa organización, la construcción de su territorio y sus voces propias narrando.

Esa es a grandes rasgos la dinámica. Nuestras bases son esas: derecho a la información, derecho a la comunicación, articular todas estas reivindicaciones que siguen siendo vigentes para esta zona de la ciudad, hacerle seguimiento a lo que ocurre en lo público a nivel distrital, hacer circular la información, por ejemplo, a través de otros formatos que nos permiten sacar la radio a la calle y acercarnos más con la localidad».



Participantes de la "Reportera 2020", un formato de capacitación de reporteras y reporteros comunitarios creado por Vokaribe Radio.



Artistas jóvenes de Barranquilla presentando su música en Vokaribe Radio.



Víctor Gómez de Radio Sucumbíos, Ecuador

«Radio Sucumbíos tiene 28 años de trabajo. Prácticamente la programación es pensada por la gente. Se ha ido construyendo con la opinión de las audiencias, diversos programas que tratan de incluir a todo público, desde niños, jóvenes, mujeres, pueblos indígenas, migrantes.

Tenemos una parrilla de programación acorde a sus realidades, por ejemplo, a los pueblos indígenas que madrugan tanto, a las 3 o 4 de la mañana ya están en pie, como uno dice, y la radio a esa hora los acompaña con un programa aventado a los pueblos y nacionalidades indígenas en la zona. Luego, la misma gente ha dicho: «¿a qué hora empiezan las noticias?, ¿a qué horas tiene música?, ¿a qué horas tal programa?»; entonces, todos coinciden que a las 6 de la mañana quieren escuchar noticias, porque a las 7:30 se van al campo a trabajar o regresan a la ciudad.

Por ejemplo, tenemos un programa, *El machete y el garabato*, a las 6 de la tarde, que es pensado para los campesinos y solicitado por ellos. El campesino a esa hora del día llega, viene del campo, trabaja en el día, y en la tarde está ya en casa. Sintoniza la radio a las 6pm para informarse, para educarse, para orientarse con el programa que es netamente hecho para los sectores productivos y campesino. El nombre se le puso por las herramientas que históricamente son del sector campesino, el machete para cortar y el garabato para jalar la maleza.

Tenemos muchos programas que transmitimos en vivo desde las comunidades, salimos a la comunidad con un programa transversal que es *La vida de los pueblos*, pensamos que debemos estar en el día a día en la vida de los pueblos, en la vida de las organizaciones, en la vida de la gente para conocer sus realidades, para contar las alegrías, para disfrutar de sus fiestas. Pero también sufrir con sus necesidades, para que ellos denuncien los abusos del poder, denuncien las injusticias. Entonces, estamos en la alegría y en las tristezas de los pueblos, conociendo sus costumbres, sus tradiciones, su gastronomía y contando dónde están ubicados, cómo se congrega el pueblo, quiénes vinieron, de dónde vinieron, porque esta zona es netamente de migrantes internos y externos. La provincia de Sucumbíos está conformada por migrantes de todo el Ecuador y hoy por hoy también de migrantes y refugiados de Colombia, Venezuela y Perú.

No hay programa que no tenga la voz de la gente, si no es en vivo, es pregrabado mediante entrevistas en sus comunidades, las cuales hacemos ahora con la nueva tecnología del teléfono, del WhatsApp, ya que antes era con la grabadora.

Salimos cada fin de semana a las comunidades, porque la gente invita a la radio a participar en sus fiestas patronales, en sus asambleas con las autoridades provinciales o nacionales, con las empresas petroleras o mineras que han entrado a los diferentes territorios. Ven en la radio una aliada estratégica, un respaldo. La gente tiene la confianza de que tiene más garantías de que se cumpla lo que le ofrecen las autoridades que cuando se reúnen solos sin la presencia de la radio. Entonces nos invitan, nos comprometen a estar presentes para que grabemos lo que se dice, para que difundamos en la radio. Siempre han tenido un respaldo de nuestra parte, de manera que si les incumplen dicen: «En la radio está grabado, tal día ustedes se comprometieron y nos tienen que cumplir».

Por razones económicas hemos rebajado las horas de producción y de emisión porque el consumo de energía obviamente es muy alto y los costos por aquí son muy altos, hemos tenido que ajustarnos de antemano a la crisis económica, de sacrificar programas por el tema económico.

Cada día hay muchos retos, nuevas formas. La tendencia a lo digital nos está llevando hacia allá, tratando de innovar y también adaptarnos al mundo digital porque la gente quiere verte, quiere que todo sea en Facebook. La mayoría cuando salen a la ciudad se conectan y quieren verse, entonces, estamos también caminando hacia allá, no quedarnos en el audio, en la radio, sino también ya en lo digital.

La gente dice: «Radio Sucumbíos es nuestra radio» y lo ha demostrado en dos momentos especiales en los que estuvo a punto de ser cerrada: primero por un conflicto religioso a raíz del cambio de un obispo que estuvo 45 años en la provincia, y al llegar el nuevo obispo más conservador, quiso cambiar todo, incluso la radio. La gente se levantó, se tomó la radio y dijo: «La radio no se cambia, se mantiene como está», porque querían hacerla de social comunitaria a netamente religiosa, cien por ciento a dar misa y que pare de contar. La gente no permitió aquello. Defendió la radio y obligó al obispo a que la radio no cambie su línea de radio comunitaria como tal, y que no se convierta en cien por ciento religiosa, sino comunitaria como se venía trabajando.

Y segundo, cuando el Estado nos quiso cerrar la frecuencia de la radio porque éramos incómodos para el poder central, por la forma de hablar con la gente, la forma de abrir micrófonos a los sectores sociales para que critiquen o reclamen la defensa del ambiente, las luchas contra la contaminación, en contra de la minería... eso para el poder es incómodo. La gente igual, se tomó la radio y presionó. Generó una presión tan fuerte que obligó al Estado a que la radio siguiera operando. Este mes se define si nos entregan o no la frecuencia para seguir trabajando quince años más. Ya veremos, por cómo está la ley acá en Ecuador».

1.8 Resumen de ideas, preguntas y retos


1. ¿Qué significa «comunidad» y cómo se constituye una comunidad alrededor de un medio, o un medio a partir de una comunidad?

- *Comunidad* no es algo monolítico y además cada persona no está vinculada a una sola de por vida. Cada persona hace parte de muchas y variadas comunidades. (Magallanes)
- La comunidad no es, se hace, se forma parte de ella, se le aporta para que sea. Los ejes que articulan a cada comunidad son distintos: política, cultura, etc. (Magallanes)
- Comunidad es utopía porque cada día se construye, no hay un punto en que ya está definida. Es aquello que cada día es una novedad, algo por descubrir. Depende de donde se viva, de donde se esté; por eso, el concepto es variado. (Montoya)
- Hay experiencias diferentes de comunidad: vecindad, juego, trabajo, familia. (Montoya)
- Comunidad no es siempre lo mismo. La comunidad es un lugar vacío, no dado, cambiante, una potencia y lo comunitario son los sentidos con los que lo llenamos, dinamizamos, articulamos. Lo que nos hace estar juntos y querer estar juntos -a pesar de todo-. (Osses)
- ¿Cómo formamos comunidad? Con la palabra. Si nos silencian, no hay comunidad posible. Una radio comunitaria es una palabra compartida. (López Vigil)

2. ¿Cómo se refleja lo comunitario en las prácticas de los medios en la actualidad?

- Los medios no lo son por decreto ni definición. Lo son al ser parte de la comunidad en que se insertan. Es una práctica permanente. Es parte de la comunidad y facilita la existencia de la comunidad. (Magallanes)
- Las prácticas emancipadoras tienen un fuerte proyecto político, identitario y de pertenencia, pero no necesariamente están involucradas con el ejercicio de la política. Eso no te lo dan de fuera, lo tienes y lo manifiestas de múltiples formas; los medios comunitarios son una de las maneras de expresarlo. (Magallanes)
- Estas prácticas de medios comunitarios surgen por diversas razones: por luchas políticas o por los derechos, por radialistas enamorados de la locución. Hay experiencias que no son reconocidas como comunitarias, pero que pueden cumplir al menos una de las funciones comunitarias. Lo comunitario puede emerger en algunos momentos, en algunos medios, aunque no sea una constante. (Osses)
- Tras lo comunitario hay una apuesta política. Son medios de comunicación que funcionan a partir de acciones colectivas, se construyen por colectivos que se identifican con otros colectivos, en una posición asimétrica frente al poder hegemónico. Persiguen la transformación en lógica emancipadora. (Osses)

- Sin participación de la comunidad no hay medios comunitarios. (López Vigil)



Tras lo comunitario hay una apuesta política:

1. Son medios de comunicación que funcionan a partir de acciones colectivas.
2. Se construyen por colectivos que se identifican con otros colectivos, en una posición asimétrica frente al poder hegemónico.
3. Persiguen la transformación en lógica emancipadora.

3. ¿Existe una identidad de los medios comunitarios? ¿Hay un nosotros?

- ¿Hay un nosotros? No hay que prescribir. Si lo restringimos dejamos por fuera experiencias que no conocemos. (Magallanes)
- Los medios son el pretexto para conformar comunidades en pos de sus búsquedas: el buen vivir, derechos, la fuerza del medio la puede (y debe) usar la comunidad. (Montoya)
- Hay medios ancestrales, medios analógicos, medios digitales, es necesario respetarlos todos, ponerlos a dialogar porque todos generan comunidades. Combinar y usar lo que mejor le sirva a la comunidad. (Montoya)
- Sí, hay un lugar frente al poder. Los medios comunitarios no están en el centro de la industria cultural. No debe haber círculos rígidos, sino nubes porosas. (Osses)
- La mejor radio se hace en la calle, itinerando. (López Vigil)

4. ¿Qué mutaciones o transformaciones viven los medios comunitarios?

- El compromiso del medio comunitario se mantiene en la transformación de la comunidad, el medio se mantiene con ella en sus búsquedas. (Magallanes)
- Hay cambios tecnológicos con impacto en la forma de hacer y concebir la radio. (Magallanes)
- Hoy la radio se ve, la radio interactúa, tiene pantalla. Hoy la radio evidencia la convergencia mediática. (Montoya)
- Ha cambiado la forma del consumo, de la producción, se han tomado nuevas banderas. (Montoya)
- Hay un cambio generacional en Colombia, que pone a muchos de los actores en el pasado. (Osses)
- ¿Han cambiado las banderas? Se mantiene la de la justicia social, pero las banderas sí han cambiado. Hay dos vitales: la lucha se concentra en el eje ecológico (defensa del planeta,

contra el extractivismo) y en el eje de los derechos de la comunidad diversa. Son banderas que no excluyen, pero son fundamentales, aun más que las mutaciones tecnológicas. (López Vigil)

“ Todo cambia, pero no el amor, el compromiso con una sociedad más justa. Eso no se negocia, esa es la utopía, el horizonte que ayuda a seguir caminando. Eso no se negocia. José Ignacio López Vigil

5. ¿Qué le da continuidad al trabajo comunitario?

- Hay retos de convivencia con los cambios: narrativa, lenguajes, formatos, herramientas entre las distintas generaciones. Eso implica superar el adultocentrismo. (Magallanes)
- La plasticidad del territorio se refleja en el territorio anclado o situado y en el territorio digital. (Osses)
- La utopía permanece, los sueños de lo pequeño son utopía también, y, además, lo que nos parece pragmático no es menos utópico: por ejemplo, el derecho al agua o tumbar el patriarcado. (Osses)
- Hay que devolverle no la voz sino el poder a las comunidades, para que ejerzan su ciudadanía. (López Vigil)

No hay que devolver la voz, sino **el poder** a las comunidades para que ejerzan su ciudadanía.



«Defensorías de los derechos»

Luchas por la justicia social

Ecología

Defensa del planeta contra el extractivismo

Derechos Sexuales y Reproductivos

Comunidad diversa

La radio evidencia la convergencia mediática.

Sentidos de lo comunitario hoy.

Diálogos Intergeneracionales de Comunicación Comunitaria



Alma

Comunicarte y Aler



Claudia

Universidad
Iberoamericana



José Ignacio

Radialistas
Apasionadas y Apasionados



Sandra

Asociación Latinoamericana
de Investigadores de
la Comunicación – ALAIC

Sin participación de la
comunidad, no hay medios
comunitarios.



Tras lo comunitario hay una apuesta
política:

1. Son medios de comunicación que funcionan a partir de acciones colectivas.
2. Se construyen por colectivos que se identifican con otros colectivos, en una posición asimétrica frente al poder hegemónico.
3. Persiguen la transformación en lógica emancipadora.

No hay que devolver la voz, sino
el poder a las comunidades
para que ejerzan su ciudadanía.



«Defensorías de los derechos»

Luchas por la justicia social

Ecología

Defensa del
planeta contra
el extractivismo

Derechos Sexuales y Reproductivos

Comunidad
diversa

Todo cambia, pero no el amor, el
compromiso con una sociedad más justa.
Eso no se negocia. Esa es la utopía, el
horizonte que ayuda a seguir caminando.

La radio evidencia la
convergencia mediática.

Una comunidad informada es una comunidad empoderada.

La comunicación al servicio de la comunidad



Comunidad es utopía. Se construye cada día.

Responsabilidad de contenidos e identidad



Cambio tecnológico y su impacto en la forma de hacer y concebir radio, hay un reto permanente para mantener a las distintas generaciones.

Narrativa Lenguaje Formatos Herramientas

Compromiso de estar con la comunidad y su constante transformación.

Hay medios ancestrales, medios analógicos, medios digitales, es necesario respetarlos todos, ponerlos a dialogar... porque todos generan comunidades.



Los medios son el pretexto para conformar comunidades en pos de sus búsquedas: el buen vivir, derechos... la fuerza del medio la puede (y debe) usar la comunidad.

Contenidos y prácticas emancipadoras

Las prácticas emancipadoras tienen un fuerte proyecto político, de identidad y de pertenencia, pero no necesariamente están involucradas con el ejercicio de la política.



La utopía permanece, los sueños de lo pequeño son utopía también, y además lo que nos parece pragmático no es menos utópico: el derecho al agua, tumbar el patriarcado...



CAPÍTULO II

Comunitarias en tiempos digitales

En este capítulo proponemos identificar las fisuras, pero también las oportunidades que alrededor de la conectividad y la digitalización surgen para los medios y experiencias de comunicación comunitarias. Nos preguntamos cómo se han transformado las ideas, las prácticas, las búsquedas alrededor de la comunicación comunitaria en conexión con el tema de lo digital y la virtualidad.

Un diálogo con Edgar Zamora Orpinel (Guatemala), María Paula Martínez (Colombia), Mayeli Sánchez Martínez (México) y Santiago García Gago (España).

Mayeli Sánchez Martínez

México

Transhackfeminista con
TÉCNICAS RUDAS

Santiago García Gago

España

Experto en tecnología y
medios comunitarios con
DW AKADEMIE

Edgar Zamora Orpinel

Guatemala

Experto en Alfabetización
Mediática e Informativa con
SÓNICA 106.9 F.M.
DW AKADEMIE

María Paula Martínez

Colombia

Profesora del Centro de
Estudios en Periodismo de la
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES



2.1 Perfiles de conversadores y conversadoras



Edgar Zamora Orpinel

Comunicador social con maestría en Dirección y Gestión de Industrias Culturales. Periodista, catedrático universitario, productor audiovisual y gestor cultural. Es experto en Alfabetización Mediática e Informativa,

AMI. Integra el equipo de Radio SÓNICA¹³, una emisora con enfoque en población juvenil en Guatemala y es experto para AMI de DW Akademie.



María Paula Martínez

Politóloga y periodista. Profesora del Centro de Estudios en Periodismo de la Universidad de los Andes. Asesora de la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) en Colombia¹⁴ y miembro de *Presunto Pódcast*¹⁵, un pódcast sobre crítica de medios y actualidad en Colombia. Fue becaria de la Red Global de mujeres periodistas Chicas Poderosas¹⁶ en 2015. Fue directora de Comunicaciones del Ministerio de Cultura de Colombia en 2019.



Mayeli Sánchez Martínez

Transhackfeminista, bióloga con posgrado en Ecología Acuática y especializada en Geomática. Es coordinadora del área de tecnología en la organización Técnicas Rudas¹⁷, una organización civil mexicana especializada en

estrategias tecnopolíticas. Es facilitadora de talleres en seguridad digital para colectivos y organizaciones defensores de derechos humanos. Ha participado de proyectos como el fanzine *Derechos Humanos y Seguridad Digital*¹⁸.



Santiago García Gago

Comunicador social. Investiga temas de tecnología y medios comunitarios. Consultor de DW Akademie. Es parte de *radioslibres.net*, un espacio de formación sobre tecnologías libres para

radios comunitarias¹⁹, la Asociación Radialistas Apasionadas y Apasionados²⁰, así como la Red de Radios Comunitarias y Software Libre, una red que agrupa a radios comunitarias y centros de producción de América Latina en torno a procesos de liberación informática.²¹ Autor del libro *Manual para radialistas analfatécnicos* (2013)²² y coautor de *Politizar la tecnología* (2020)²³.

¹⁷ Técnicas Rudas es una organización fundada e integrada por mujeres de diferentes disciplinas, que trabajan en las áreas de tecnologías, investigación estratégica, desarrollo de proyectos y fortalecimiento institucional. Ofrecen asesoría a organizaciones sociales con un enfoque de género y en derechos humanos. Ver más en: <https://tecnicas-rudas.org/es>

¹⁸ Enlace a PDF del Fanzine Derechos Humanos y Seguridad Digital: <https://donestech.net/noticia/fanzine-derechos-humanos-y-seguridad-digital>

¹⁹ Enlace a sitio web de Radios Libres: <https://radioslibres.net>

²⁰ Enlace a sitio web de Radialistas Apasionadas y Apasionados: <https://radialistas.net/quienes-somos/>

²¹ Enlace a sitio web de Red de Radios Comunitarias y Software Libre: <https://liberaturadio.org>

²² García, S. (2013). *Manual para Radialistas Analfatécnicos*. La Paz, Bolivia: Ministerio de Comunicación del Estado Plurinacional de Bolivia. Con el apoyo de la UNESCO, Radialistas.net y Radioteca.net. Enlace a versión digital del libro: <https://analfatecnicos.net>

²³ Binder, I. & García, S. (2020). *Politizar la tecnología*. Radios comunitarias y derecho a la comunicación en los territorios digitales. Buenos Aires, Argentina: Ediciones del Jinete Insomne. Con el apoyo de CITSAC y FES Comunicación. Enlace a versión digital del libro: <https://radioslibres.net/politizar-la-tecnologia/>

¹³ Enlace a sitio web de Radio Sónica: <https://sonica.gt>

¹⁴ Enlace a sitio web de la FLIP: <https://flip.org.co/index.php/es/>

¹⁵ Enlace a sitio web de Presunto Pódcast: <https://presuntopodcast.com>

¹⁶ Chicas Poderosas es una organización fundada en 2013 por la periodista Mariana Santos, con el fin de promover el liderazgo femenino y la igualdad de género en los medios de comunicación. La red global de Chicas Poderosas está integrada por más de diez mil mujeres en 16 países de América Latina, España, Portugal y Estados Unidos. Ver más en: <https://chicaspoderosas.org>

La relación entre lo comunitario y lo digital es:



Palabras que aportaron como lluvia de ideas los y las participantes del encuentro para definir la relación entre lo comunitario y lo digital. Fuente: mentimeter.com

2.2 Antes de empezar a conversar

Internet no siempre existió y, aunque en el presente se hable de un mundo interconectado en el que todos y todas podemos acceder a información variada (en contenido y formatos), superando las barreras de espacio y tiempo, lo cierto es que sigue existiendo una brecha digital representativa. Eso significa que no todos y todas tienen realmente acceso a la conectividad en red, así como a otros recursos tecnológicos de información y comunicación considerados relevantes para transformar realidades y propiciar el desarrollo equitativo en las diferentes áreas de una sociedad.

Las brechas existentes de acuerdo a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL²⁴, se dan en dos sentidos: en extensión (acceso) y profundidad (calidad del acceso). Las razones para que estas brechas existan están determinadas por razones estructurales, como las disparidades territoriales reflejadas en los bajos ingresos por habitantes, desigualdad en la distribución, limitada infraestructura, instituciones débiles y bajos niveles de educación. Además, agregaríamos a las causas que profundizan estas brechas, razones de género, étnicas y generacionales. Cerrar estas brechas

se ha convertido en objetivos de desarrollo y planes dentro de las políticas públicas en una gran parte de países en el mundo, donde los que más rápidamente avanzan en desarrollo tecnológico, accesibilidad y usos de las TIC siguen siendo los países del llamado Norte Global.

América Latina registró en la última década, de acuerdo a estudios de la CEPAL basados en censos por países de la región realizados entre 2010 y 2017, un progreso relevante en el uso de TIC en las áreas de desarrollo económico y social²⁵. Sin embargo, la brecha sigue siendo amplia y cerrarla (o estrecharla) para lograr el ideal de la denominada

²⁴ Enlace a sitio web de la CEPAL: <https://cepal.org/es>

²⁵ Recuperado el 17.05.2021 de sitio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL. Publicación del 17.12.2018: <https://cepal.org/es/enfoques/mirada-regional-al-acceso-tenencia-tecnologias-la-informacion-comunicaciones-tic-partir>

sociedad de la información²⁶, depende en últimas de hacer transformaciones estructurales nada sencillas en sociedades históricamente inequitativas, en las que imperan monopolios hegemónicos en la comunicación.

Esta premisa que suena obvia, puede ser la clave para pensar desde otra orilla cómo, desde ese territorio expandido de la comunicación digital, podemos seguir imaginando y avanzando en las formas de fortalecer el hacer y procesos de la comunicación comunitaria y local. Procesos que dialogan con las realidades de los entornos y comunidades, que han acumulado durante décadas saberes y prácticas en comunicación en contextos de autonomía, cercanía y reciprocidad, y que también, en algunos casos, han avanzado en términos de apropiación y desarrollo de tecnologías propias.

No hay duda de que la transmedialidad, como componente integrado de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, representa ventajas para los medios comunitarios. No solo en términos de ampliación de la cobertura (que en gran medida dependen de las condiciones de acceso a conectividad y recursos tecnológicos), sino, también, como campo de creación que puede decodificarse e intervenir, para ser adaptado a las necesidades de las comunidades y facilitar los modos de funcionar de los viejos medios comunitarios, volviéndolos más ligeros, más atractivos y apropiados para las realidades de las generaciones jóvenes.

En ese sentido, hemos abordado la conexión entre medios comunitarios y nuevas TIC en dos aspectos: por un lado, desde la perspectiva del derecho a la comunicación, y por otro, desde las transformaciones en las narrativas y expansión de

estas en los nuevos territorios digitales conectados a lo local, que es desde donde, en últimas, enuncian los medios comunitarios.

La lectura que proponemos debe ser crítica y cercana a las realidades que experimentan comunidades y sus medios de comunicación propios, para no caer en las trampas del *tecnicismo prometeico*²⁷, de la sociedad de la información.

Abrimos de esta manera este diálogo, preguntándole a Edgar Zamora Orpinel (Guatemala), María Paula Martínez (Colombia), Mayeli Sánchez Martínez (México) y Santiago García Gago (España), sobre cómo se han transformado las ideas, las prácticas, las búsquedas alrededor de la comunicación comunitaria conectado al tema de lo digital y la virtualidad.



2.3 Punto de partida: El asunto del derecho a la comunicación

La pregunta sobre el derecho a la comunicación pareciera resuelta en la era digital. Conexión y acceso equivalen, en teoría, a derecho a la comunicación conquistado, pues, en la llamada *sociedad de la información*, presuntamente, todos y todas podemos acceder a información, saberes y entretenimiento, e interactuar a solo un clic, con otros y otras superando limitaciones de espacio y tiempo, crear canales de comunicación o, por lo menos, perfiles en plataformas sociales en línea que consideramos como nuestros.

Tal como lo abordamos en la introducción de este capítulo, el acceso y la infraestructura requerida para posibilitar dicha conectividad, no cubre, no llega, no está al alcance de todos y todas, y el control está concentrado en pocas, poquísimas manos.

²⁶ Uno de los principales referentes teóricos de la también llamada *sociedad en redes*, ha sido Manuel Castells, quien en sus obras publicadas entre 1996 y 1998, analizó el surgimiento de una «nueva sociedad», fundada sobre un «capitalismo informacional» y una cultura de la «virtualidad real» (Véase Éric Maigret, 2005, p. 439).

El concepto *sociedad de la información* está relacionado con las transformaciones sociales basadas en el uso masivo de las tecnologías de la información y comunicación, donde la información y el conocimiento se convierten en el elemento central que sustenta la economía y las relaciones sociales mediante el uso de las TIC. El término se popularizó en 1980 con la obra de Yoneji Masuda, *The information Society as a post Industrial Society*, en la que plantea, entre otras, la premisa de que la sociedad de la información sería diferente a la sociedad industrial, debido a que la producción de valores de la información, y no los activos materiales, serían la fuerza impulsora de la formación y desarrollo de la Sociedad.

Referencia: Sánchez-Torres, J.; González-Zabala, M. & Sánchez, P., 2012: *La Sociedad de la información: génesis, iniciativas, concepto y relación con las TIC*, p.116. Enlace a versión digital del artículo, recuperado el 12.08.2021: https://researchgate.net/publication/301565647_La_Sociedad_de_la_Informacion_genesis_iniciativas_concepto_y_relacion_con_las_TIC

²⁷ Maigret, Éric (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.

La disputa por el derecho a la comunicación en los territorios digitales se evidencia de muchas maneras. Las más explícitas, en las formas como accedemos, desde dónde lo hacemos y cómo lo hacemos o cuánta autonomía real existe en este terreno de la comunicación.

Santiago García Gago, coautor de *Politizar la tecnología* (2020), nos advierte sobre las líneas imperceptibles que se han generado en cuanto al tema del derecho a la comunicación, que, en el territorio de lo digital, pareciera una conquista y tema del pasado:

«Siempre que hablamos de la comunicación en el ámbito analógico antes de que surgieran las TIC, teníamos claro desde los medios comunitarios que la comunicación no es un instrumento como tal ni una mercancía, siempre la hemos defendido como un derecho. Este discurso de la comunicación como derecho, muy arraigado en los medios comunitarios, ha desaparecido un poco de lo digital, porque está un poco sobreentendido que la libertad de expresión, el derecho a la comunicación, están garantizados en el ámbito digital. Alguien podría levantar la mano y decir: «pues obvio, hoy todos podemos tener nuestros medios, ¿no?» Cualquiera puede tener su Facebook para publicar, pero no sabemos. Y creo que no voy a descubrir nada nuevo al decir que el protagonismo de quienes terminan imponiendo agendas, no es de los medios comunitarios».

Desde siempre, quienes hacen parte de este sector de los medios comunitarios han luchado contra la monopolización de las frecuencias, contra la concentración de medios en pocas manos y por el derecho a tener medios propios en los que se hable desde las voces de las comunidades en las que se insertan.

La Tribu FM de Buenos Aires, Argentina, logró volver su lema radial por la autonomía la consigna colectiva de muchas otras experiencias de comunicación comunitaria en América Latina: *Apagá la radio. Hacé tu propio medio, hacé tu propia radio*. Este ejemplo citado por Santiago García Gago nos plantea la pregunta de si estamos dispuestos y dispuestas a apagar las redes, a «renunciar» a ese espacio que consideramos conquistado, limitado en gran parte al uso de redes sociales, «pero que en últimas ni controlamos, ni es nuestro, ni resuelve el asunto del derecho a la comunicación».

Varios puntos se ponen, en este sentido, sobre la mesa:

1. ¿Quiénes y cómo imponen la agenda?
2. El acceso a la tecnología que posibilita la conexión está intrínsecamente ligado a causas estructurales.
3. Presumimos de una libertad de expresión garantizada y, sin embargo, dependemos de la intencionalidad programada del algoritmo.
4. ¿Resolvemos lo fundamental con estar continuamente conectados y conectadas en una presunción de ser parte de una comunidad global?

Mayeli Sánchez Martínez, del colectivo Técnicas Rudas (México), experta en seguridad digital, identifica una serie de categorías relacionadas con la recuperación de aspectos culturales que se juegan dentro de los medios digitales, «[...] como una tendencia a pensar desde las posibilidades comunicacionales que nos da, pero también como preocupaciones que se manifiestan en la formación de burbujas, de dependencias».

Por otro lado, identifica otra categoría que tiene que ver con pensar un poco más en el tema de acceso, infraestructura, autonomía y un reconocimiento de lo que es un territorio:

«Comúnmente, las personas que trabajamos desde la seguridad digital cuando empezamos este debate casi siempre empezamos como con un dedito regañón ahí diciendo como: «no, no, no, aquí algo anda muy mal, o no está funcionando», y yo creo que es porque, en una visión muy macro, le damos mucho peso al tema final que tiene que ver con cómo este territorio que reconocemos dentro del mundo digital es un territorio básicamente privatizado. Y vale mucho la pena pensar en este aspecto cultural, en el cual las personas desde la comunidad estamos construyendo, en donde hay muchísima creatividad y donde se está logrando saltar todo este tema de la privatización de estos espacios que hay que recuperar».

Este punto de la recuperación de estos espacios privatizados conecta con la reflexión sobre la comunicación como derecho en los territorios digitales, en los que, según Mayeli Sánchez Martínez, no se juega desde un espacio de pertenencia común, ni comunitaria:



Preocupaciones:

- ¿Somos protagonistas de la comunicación en redes o somos un producto?
- Burbujas
- Discursos de odio

“ La pista de juegos que estamos corriendo no es como un zócalo de una comunidad, es más como un centro comercial y la libertad de expresión nos funciona hasta el momento que Facebook te apaga. Esto puede pasar, y además es un límite donde tú no tienes ninguna capacidad de réplica ante la asimetría de poder y la falta de reglas de juego, que hace que no puedas decir mucho o nada ahí. Mayeli Sánchez Martínez

Esa delimitación a la libertad de expresión puede también ser leída como censura programada en la que los algoritmos entran a determinar qué, dónde, en qué niveles y entre quiénes se intercambia.

Mayeli Sánchez Martínez también hace una diferenciación en términos de escalas temporales del comportamiento, las transformaciones de las tecnologías y medios digitales y los usos que se les ha dado. Por ejemplo, en el caso de México, a mediados de los 90, el movimiento indígena Zapatista usó con fuerza las nuevas tecnologías de información y comunicación, expandiendo y visibilizando las causas de sus luchas a escala mundial a partir de la potencia de la conexión en redes. Y, de esta manera, emergen otros ejemplos de apropiación y conquista de los territorios digitales, como es el caso de los ciberactivismos, por ejemplo, las ciberfeministas, los defensores y defensoras medioambientales y de derechos humanos, entre otros. Pero en general, los medios digitales, comprendidos en primera instancia como las redes sociales en internet, son controladas por monopolios de TIC como es el caso concreto de Facebook, la red social de mayor uso.

2.4 Ventajas: expansión de agendas y exploración de lenguajes

Como mencionábamos al comienzo de este capítulo, lo digital trae también consigo ventajas para las prácticas y procesos de comunicación comunitarios. Algunas de estas se evidencian en la expansión de las narrativas y la exploración de formas autónomas del uso de las TIC, que contribuyen a fortalecer el sentido de lo comunitario.

María Paula Martínez, experta en medios digitales y realizadora de podcasts en Colombia, plantea que entre lo digital y lo comunitario existe una conexión en clave de inclusión, que se expresa en que:

- Ambos entornos se conectan en la medida en que son espacios menos censurados, con más participantes, con

más agendas y posibilidades de incluir más actores. Sin desconocer la paradoja de esto frente a las brechas digitales y a la no conectividad de muchas comunidades.

- Lo digital es un entorno en el que se puede resistir y transgredir mucho más, parándose desde la periferia, y manteniendo allí una construcción de relatos, de resiliencia y de lucha frente a los discursos hegemónicos. Internet permite unas periferias de relatos digitales muy interesantes que circulan, que viajan, que crecen y se viralizan.
- La creatividad en las maneras de contar son ambientes propicios para ambos, para indagar y explorar mucho más desde el tono, desde los lenguajes. Lo comunitario y lo digital comparten esa licencia fantástica para crear.

Edgar Zamora Orpinel, experto en medios de comunicación juveniles y cofundador de Radio Sónica en Guatemala, plantea que en el terreno de lo digital «[...] apenas estamos empezando a conquistar ese territorio y hay muchas reglas del juego que no están escritas aún. El problema de eso también es que, como no están escritas, no es tan fácil aprender a usarlas, definir cuál sería la mejor forma para acercar las tecnologías a las personas que forman parte de la comunidad».

También ve en lo digital una oportunidad para construir comunidad, así como en su momento lo hizo la radio como medio masivo de comunicación o las diferentes tecnologías que han surgido en la historia de la humanidad; pero, por otro lado, también hay un gran reto: «ganar autonomía en estos territorios digitales».



2.5 Transformaciones de las dinámicas de comunicación en el contexto de lo comunitario a partir del posicionamiento de lo digital

Habitamos en una sociedad de la información global, que ha traído consigo en las últimas tres décadas transformaciones importantes en los modos de comprender y hacer comunicación, y, especialmente, para el tema que nos ocupa, desde la perspectiva de los medios comunitarios. Llevar esta reflexión a esos escenarios de lo comunitario nos obliga a preguntarnos

sobre cómo se han transformado las dinámicas de comunicación comunitaria a partir de la irrupción de las tecnologías digitales.

Santiago García Gago plantea que las nuevas tecnologías han sacudido el mundo de lo comunitario por dentro, pues cuestionan qué significa eso de lo comunitario:

«Creo que ya dejamos de asociar lo comunitario a un territorio geográfico determinado, pues lo comunitario también son comunidades de intereses y yo creo que las tecnologías han logrado expandir precisamente ese sentido de lo comunitario. Al igual que las radios comunitarias dijeron: «La radio es una herramienta muy valiosa, precisamente por eso tenemos que cuestionar el modelo de desarrollo de las radios». Yo creo que lo que estamos planteando es «¡ojo!, las tecnologías son muy valiosas»...

“Las tecnologías incluso nos hacen cuestionar lo comunitario y, precisamente por eso, hay que entrar en ese debate de politizar la tecnología. Empezar a debatir sobre el modelo de desarrollo de esa tecnología, al igual que promovimos leyes para cuestionar los modelos de desarrollo de la privatización de la radio. Santiago García Gago

Edgar Zamora Orpinel pone el ejemplo de la emisora Sónica como una experiencia de radio hecha por jóvenes, que construyen comunidad de sentido desde los mundos juveniles locales y en conexión con otras realidades a las que acceden a través de las TIC:

«Pienso que han cambiado las dinámicas de comunicación y eso también nos plantea el reto de cómo los medios comunitarios y medios de comunicación con este enfoque social encontramos los canales por donde ahora mismo las personas en quienes queremos incidir se están expresando. En nuestro caso principalmente son jóvenes».

Estos cambios de dinámicas se dan en espacios temporales cortos y se evidencian en aspectos tan sencillos como los canales por los cuales las audiencias de la radio se comunican con quienes consideran sus interlocutores. Por ejemplo, en 2015, el proyecto del que nació Sónica, Radio Uyuyuy, producía en su franja de la mañana una radio revista conducida por jóvenes con una audiencia significativa por su relación activa con el programa. Los chicos y chicas que seguían la programación se comunicaban con la emisora vía teléfono. Una práctica que se transformó en poco tiempo, pues los canales que se usan, desde que Sónica existe, ya no son las llamadas en vivo a la radio. La interlocución se trasladó a otros canales y forma-

tos como el chat, las redes sociales, los mensajes de voz o de texto, lo que según Edgar Zamora Orpinel, evidencia que se ha dado un cambio generacional en el uso de los medios:

“Se observa claramente ese cambio generacional entre las personas que llamábamos a la radio y que pedíamos la canción que queríamos o hablábamos con el conductor del programa. Ahora hay otros canales, otras formas de comunicarse o de decir lo que quieren. Edgar Zamora Orpinel

En los cambios observados en las dinámicas de la comunicación a partir de las nuevas TIC aparecen oportunidades para la movilización social. El uso de redes sociales con un fin para hacer ciberactivismo ha posibilitado en varios momentos de la historia actual eventos de movilización social que han propiciado cambios. En Guatemala en 2016 el uso de una herramienta como Twitter con un fin de protesta social, facilitó la transmisión masiva y en tiempo real de mensajes que convocaron a la ciudadanía a movilizarse.

No fue el medio, sino el sentido detrás del uso del medio: el inconformismo expresado por la mala gestión y corrupción del gobierno de turno. Fue la gente la que abrió el debate; y la herramienta usada funcionó.

A partir de estos ejemplos, Edgar Zamora Orpinel considera que «Es muy importante como medios comunitarios entender cómo funcionan esas nuevas dinámicas y aprender de lo que las y los

¿Cómo se han transformado las dinámicas de la comunicación?

La dificultad de percibir es la saturación de información que no siempre deja ver lo relevante para decidir, el caos, la pérdida de autonomía para decidir, la dificultad de llegar a las personas con las que quieres comunicarte. Los canales dificultan el diálogo, están condicionados.



Generar enlaces
#Metoo
Creatividad
Denuncia social
Activismo político

usuarios, ciudadanos y ciudadanas o la comunidad en general, están queriendo decir a través de esos otros medios. Si queremos seguir avanzando, si queremos seguir incidiendo, necesitamos aprender a comunicar de otras formas utilizando tecnologías, que, como ya lo hemos dicho, son un poco caprichosas».

Mayeli Sánchez Martínez, observa estas dinámicas y transformaciones con preocupación. En su opinión no es fácil encontrar lo positivo, sin embargo, reconoce que hay casos luminosos, innovaciones, usos creativos que vale la pena recuperar y que hablan de transformaciones: «Pienso también en el poder de los medios comunitarios, en cómo lograr hacer desde estas radios enlaces con personas que ya no están en el territorio comunitario, con personas que han tenido que migrar y seguir manteniendo ahí en contacto. Creo que ahora, por ejemplo, en tiempo de pandemia también hay formas en las cuales las personas, las comunidades logran sobrepasar estos límites que nos imponen las empresas».

Pero, por otro lado, recalca el riesgo de la pérdida de autonomía a la que día a día estamos más expuestos cuando entramos en el juego de las redes sociales y otros usos de los recursos de comunicación en línea:

“Esta llamada sociedad de la información, con la que se busca estar mejor informados, es más bien una saturación de información que no siempre te permite ver y discernir sobre cuál información es realmente relevante para tomar decisiones... Mayeli Sánchez Martínez

Pese a que se supone que está mejor indexada la información, que tienes más acceso, también hay mucha pérdida de autonomía para decidir cuál es la información a la que vas a tener acceso o cómo poder llegar a las personas con las que te quieres comunicar. Es como si nos hubieran dado una pista de baile y nos hubieran condicionado a un tipo de música y a unos pasos específicos, y, en realidad, no estás bailando ni el ritmo que quieres, ni la forma que quieres, ni con quien quieres bailar».

La búsqueda de esos otros lugares luminosos del momento que se vive en torno a los medios y la comunicación aparecen en momentos muy específicos donde se ha aprovechado el espacio y se logran resultados, como por ejemplo el movimiento

#Metoo²⁸, que se convirtió en una forma de comunicación explosiva, y que aprovechó al máximo la funcionalidad de las redes sociales logrando resultados visibles.

María Paula Martínez reconoce las oportunidades que puede haber para el activismo político, para el discurso político en estos entornos, pero también los riesgos que existen para el surgimiento de nuevas formas de violencia digital:

«[...] por ejemplo, el tema de las normas que hay alrededor de los discursos de odio y de otras formas de violencia, y que todavía en su complejidad no terminamos ni de entender cómo frenarlas, ni las propias plataformas se pueden comprometer o no tienen el poder de hacer que estos sean espacios seguros».

La comprensión del papel que pueden jugar las nuevas tecnologías en la era de la comunicación digital, en los entornos donde lo comunitario sigue siendo bandera, es un reto de doble vía. Se trata de adaptarse a esas nuevas formas que hacen parte del paisaje en el que nos movemos diariamente, o se trata de habitar estos territorios de lo digital desde un ejercicio consciente de apropiación, generando prácticas autónomas y explorando formas que eviten la disolución de las apuestas de hacer una comunicación propia y con sentido social.

²⁸ Me too (Yo también) fue un movimiento creado en 2006 por la activista estadounidense Tarana Burke para atender a mujeres de comunidades marginadas que sufrieron algún tipo de violencia sexual. El movimiento comenzó con una página en MySpace. En 2017 el diario The New York Times publicó un reportaje sobre el acoso sexual que por más de 30 años el productor cinematográfico Harvey Weinstein ejerció contra actrices, modelos y productoras. Pocos días después de la publicación del documento, Weinstein fue despedido de la empresa cofundada por él. A las denuncias contra Weinstein por acoso sexual se sumaron cuarenta actrices y modelos reconocidas. En ese contexto surgió la etiqueta #Metoo, que en pocas horas se hizo viral, llegando a ser compartida en aproximadamente 14 millones de tweets. Ver más en: <https://bloomberg.com/graphics/2018-me-too-anniversary/>

2.6 Disputas en lo digital desde los medios y ejercicios de comunicación comunitaria

“Al final, muchos medios comunitarios se vuelcan a lo digital porque sus audiencias están en esos mundos virtuales. Entonces la pregunta es: ¿cómo utilizamos esos canales de forma responsable sin comprometer la independencia del que emite y la integridad de las audiencias? Rodrigo Villarzú

Una de las palabras que emerge con frecuencia en el abordaje de la relación de lo digital en escenarios de los medios comunitarios, al plantearse alternativas para evitar ser arrollados o diluidos, es la palabra *hackeo*.

Al buscar el término hackear, nos encontramos con definiciones que van desde la piratería o ataques informáticos, *crackear* un software para usarlo sin licencia original, hasta acceder a una computadora, red o sistema informático sin autorización. El término hacker, asociado comúnmente a cibercriminalidad, tiene, sin embargo, una connotación liberadora y poética. De acuerdo a Pekka Himanen en su libro *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información* (2001, p.5)²⁹, un hacker es un individuo entusiasta que lleva a la práctica sus ideas con otros individuos de intereses a fines y que trabajan a su propio ritmo.

En el escenario de la comunicación comunitaria, podríamos asociarlo a las formas creativas y a las disputas por la construcción de narrativas, o intentos desde las prácticas y gestiones de los medios libres y comunidades, desde donde se entra y dialoga con los territorios digitales para entenderlos, apropiarse y/o habitarlos, resistiendo desde adentro, sin perder autonomía. El discurso y la práctica del hackeo es hoy una estrategia de colectivos, movimientos, redes, *medialibristas* (hacker de narrativas), capaces de competir, subvertir, contrarrestar, con diferentes estrategias, las narrativas producidas por los grandes conglomerados de comunicación³⁰. Omar Rincón dice que el hackeo se hace...

“[...] no necesariamente desde lo digital, sino desde las nuevas enunciaciones no blancas, no masculinas y no occidentales. Aunque hay que romper el algoritmo, lo importante es hackear desde las mujeres, las comunidades indígenas, los afros. Desde ahí es que hay que atacar. Omar Rincón

Podríamos, entonces, interpretarlo también como una forma de aprendizaje y adaptación a un sistema tecnológico que ya existe, que funciona y tiene *huecos* por los cuales puede ser intervenido y usado bajo reglas de juego propias.

María Paula Martínez lo interpreta desde un hackeo de las agendas, pero también desde las formas, algo así como estar en las redes, usarlas y reinvertir sus usos:

«Las redes sociales están hechas para algo en particular. Por ejemplo, Twitter que se supone es para usarse en tiempo real, para contarse el ya y el ahora, pero se han dado ensayos de usar esa plataforma para ejercicios de memoria histórica, y a través de esto hacer movidas muy potentes y lograr una tendencia. Usar Twitter para un ejercicio de memoria histórica sobre una masacre que pasó hace 10 o 15 años, es de alguna manera hackear la narrativa tuit porque para eso no está pensada».

Un par de ejemplos compartidos por María Paula Martínez, sobre lo que podemos encontrar como aproximaciones al hackeo de las narrativas y agendas, se dan desde lugares que no son referentes de entornos digitales comunes en la región, como el caso de Cuba, donde emerge un mapa de espacios alternativos de comunicación desde el feminismo y lo étnico-digital. Uno de estos es el blog de *negracubante-niaqueser.com*³¹, liderado por una mujer cubana negra, queer, que encuentra una salida comunicativa y de expresión en el entorno digital.

Hay también formas de hackear el propio lenguaje de la red, con propuestas que salgan de las pantallas y se expandan a otros formatos, medios y lugares. Es el caso de la etiqueta #Cuentalo, que se lanzó en 2018, invitando a mujeres a denunciar abusos y violencia de género usando la plataforma de Twitter como espacio para compilar las denuncias recibidas, que pasaría posteriormente por un proceso de análisis de los datos recopilados. La iniciativa terminó convirtiéndose en un proyecto transmedia llamado *Proyecto Cuéntalo*³², que incluyó la producción de contenidos en medios impresos, radio y el

²⁹ Himanen, P. (2001). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/12851/1/pekka.pdf>

³⁰ Bentes, Ivana (2017), p.13. En: Malini, Fabio & Antoun, Henrique. *La Internet y la calle: Ciberactivismo y movilización en las redes sociales*. ITESO

³¹ Enlace a blog «Negra Cubana Tenía que Ser»: <https://negracubante-niaqueser.com>

³² Enlace a sitio web de Proyecto Cuéntalo: <http://proyectocuentalo.org>

desarrollo de un sitio web donde se encuentran todos los relatos de quienes han participado en la construcción de este ejercicio de memoria de las violencias del machismo.

Una forma de hackeo desde las comunidades a los modos impositivos del mercado que controlan las TIC pueden ser los ejercicios de redes digitales comunitarias (como redes de telefonía móvil comunitaria y servidores de internet libres) que funcionen bajo principios de libre acceso, que garanticen mínimos de seguridad digital, que estén concebidos desde los principios del feminismo, del comunitarismo, y que recojan las experiencias y saberes de tecnologías ancestrales, de la palabra que respeta, que reconoce, que es diversa, incluye y construye en conjunto.

Algunas referencias de estas iniciativas las encontramos en comunidades indígenas de México. Por ejemplo, el caso de TIC A.C, Telecomunicaciones Indígenas Comunitarias³³, una asociación civil conformada por 16 comunidades indígenas y rurales de Oaxaca, quienes lograron una conquista en el terreno de la autonomía tecnológica, al conseguir la primera concesión social indígena de México para operar y administrar redes de telecomunicaciones y radiodifusión autónomas, como las de telefonía celular.

Sin embargo, siguen siendo pocas las experiencias de este tipo. En este sentido, Santiago García Gago plantea que es necesario empezar a dar el debate sobre si la apuesta es por lo global o por lo local: «[...] pero entendiendo la importancia que tiene y como hoy están controlando las tecnologías esos territorios digitales».

Es decir, plantearse en términos políticos la batalla por decidir qué infraestructuras propias podemos tener es, finalmente, dar la lucha por la soberanía y autonomía tecnológicas:

«La radio hermana de Huayacocotla en México decía: si compartimos el maíz y luchamos por defender el maíz como una semilla tradicional y estamos contra los transgénicos, en contra de sus monopolios que quieren luchar contra nuestra soberanía alimentaria, ¿cómo no hacerlo respecto a estas empresas que quieren controlar lo que sería nuestra soberanía o autonomía tecnológica?».

Santiago García Gago reconoce la complejidad del tema y el reto que representa:

«Ahí hay una cuestión más política, que es donde se dan estos debates y también hay una cuestión más estratégica. Muchas veces las radios comunitarias dicen, «nosotros fuimos a Facebook porque ahí estaba la discusión». Y al final la gente está más en Facebook que escuchando la radio comunitaria. Entonces, ¿por dónde empezar todo esto? Es verdad que al final uno

puede decir «se puede vivir sin Facebook», pero no podemos radicalmente dejarlo porque hay cosas que podemos aprovechar ahí. A lo mejor alguien dice «Yo pongo un evento en Facebook, me dicen que van a aparecer 150 personas», pero ¿quiénes son las personas que a la larga van? Pues los que están escuchando la radio y los 15 del barrio que siempre están allí apoyando y defendiendo.

“Entonces, ¿en qué vamos a emplear más tiempo?, ¿a estar en redes por likes o en seguir trabajando por ese tejido en el territorio comunitario?” Santiago García Gago

Mayeli Sánchez Martínez identifica como un problema el creer que es en las redes sociales, un escenario monopolizado y cada vez más restringido, donde se encuentra la audiencia:

«[...] ha habido momentos en los cuales ha sido posible encontrar en esos medios digitales espacios de coincidencias con las personas, sin embargo, cada día los algoritmos aprenden, cada día la infraestructura te va comiendo. Si hoy en día es difícil, imaginemos en 2, 3, 4 años cómo va a ser. Tal vez estamos haciendo una mala apuesta, tal vez no va a ser ahí porque ahí ya está súper restringido».

Otros puntos que aporta Mayeli Sánchez Martínez a la reflexión son:

- La tecnología no es estática, está cambiando todo el tiempo. Hay una relación asimétrica en ese proceso de cambios, donde, por un lado, existe un actor con poder, que garantiza que esas transformaciones se den rápidamente y otro, que queda atrás, al intentar hacer uso de estas tecnologías de manera alternativa.
- No hay que dejar de utilizar el espacio de poder que se tiene al interactuar con las herramientas digitales, aunque este sea mínimo. Lo que se puede disputar en lo digital, es intentar reconocer qué es lo nuestro que está ahí. Un ejemplo es lo ocurrido con #Metoo. Pensar que este movimiento se dio porque existe Twitter, es desconocer, por un lado, que Twitter es solo una herramienta y, por otro, que detrás de #Metoo hay voces, mujeres, feminismos y muchos años de trabajo de incidencia desde el territorio. Esto último es lo que posibilita que acciones de activismo en redes digitales funcionen; no la herramienta per se.
- Otro espacio de disputa en el territorio digital es recuperar, explorar y fortalecer movimientos alternativos en la red, como el *hackactivismo*, que existe desde que existe internet. Proyectos de todo tipo se han desarrollado para garantizar espacios propios de desarrollo de tecnologías, plataformas para instalar sitios web, *streaming* y otras posibilidades para el fortalecimiento de los procesos de comunicación en territorios.

³³ Enlace a sitio web de TIC A.C: <https://tic-ac.org>

- Transitar por otro tipo de tecnologías, pensar en nuestra autonomía tecnológica, pensar en infraestructuras alternativas, solo es posible lograrlo en la medida en que se plantee como parte de lo que hacemos en lo cotidiano. Las tecnologías nacen de la explotación y terminan en explotación. Para que algo cambie, debemos ponernos como meta transitar por otras tecnologías y usar nuestras propias herramientas.

Las posibilidades de transitar estos territorios digitales e intervenir en ellos desde una posición de atención permanente, crítica y de búsqueda de opciones de alternatividad, pasa también por la comprensión de las lógicas del funcionamiento de estas herramientas y lo que hay detrás de ellas. Preparar a la audiencia en el uso y comprensión de la lógica de funcionamiento de estas plataformas, es también otra manera de hackear ese territorio de lo digital.

Edgar Zamora Orpinel resalta la importancia que tiene, en ese sentido, avanzar en procesos de alfabetización mediática con la población de usuarios y usuarias de redes sociales y tecnologías digitales, en especial con los más jóvenes:

«Con la Alfabetización Mediática e Informativa tratamos de trasladarle a los y las jóvenes, las habilidades, los conocimientos que impliquen conocer y reconocer cuáles son las ventajas y desventajas que requieren para interactuar en el mundo digital y en general con los medios de comunicación y de información. En estos pequeños espacios de influencias que pudieras tener o que puedes tener en las redes sociales, se trata un poco de reconocer qué es tuyo y qué es de la red. Entender que todo eso que están disfrutando de la red social no es gratis, que representa para ellos muchísimos datos, muchísima información que están dejando en las diferentes redes».

En el caso de la radio comunitaria, no hay que desconocer que lo digital ha aportado mucho a mejorar las condiciones de trabajo, las narrativas propias construidas de forma colectiva en procesos de expansión de su hacer. Muchas emisoras han incluido en sus dinámicas tecnologías y plataformas para resolver

la transmisión de programas o la producción de contenidos que requiere del contacto con personas por fuera del espectro cercano. Recursos como *Mumble*³⁴ o *Jitsi*³⁵, o programas de videoconferencia o de mensajería, se convirtieron durante la pandemia en herramientas de trabajo para cientos de radios comunitarias, posibilitando no solo mantener las radios al aire, sino la comunicación directa con las audiencias.

No es fácil pensar en las transiciones y cambios, sin embargo, los procesos se están dando cada vez más fluidos. En esa medida es posible identificar proyectos y apuestas desde las comunidades que ofrecen alternativas de conectividad de manera más autónoma y bajo el concepto, y aspiración, de ganar en soberanía digital.

Paralelo a esto, los medios, los colectivos de comunicación, los proyectos de comunicación comunitaria que transitan los territorios digitales con claras diferenciaciones entre los usos y sentidos de cada herramienta, los lenguajes y estéticas de cada tecnología digital conectada a su hacer, potencializan su conexión con el territorio local, al expandir sus prácticas como medio o proyecto comunicativo.

Las herramientas son eso, herramientas. Y no son útiles si detrás de ellas no hay alguien que les dé sentido. En el caso de los medios comunitarios, el sentido es, y será, la participación de comunidades en territorios, locales, ubicadas en geografías, identificadas y cercanas. El sentido, en últimas, lo da la participación real. Encontrar los recursos para lograrlo, hace parte de la exploración.

La tecnología no es estática.

Reconocer y darle lugar a nuestra voz y autonomía



¿Qué es lo mío y qué es lo nuestro? Si tenemos medios propios nuestras luchas son más poderosas, lo digital no lo propicia, puede ampliarlas pero también podría silenciarlas.

³⁴Mumble es una aplicación multiplataforma de código abierto y especializada en la multiconferencia de voz. Está construida mediante la estructura cliente-servidor que permite mantener una conversación de voz con todos los participantes de un juego en red. Ver más en: <https://mumble.com>

³⁵Jitsi es un programa de código abierto que permite realizar videoconferencias de forma segura y fácil. Los principales programas son Jitsi Videobridge y Jitsi Meet, que permiten realizar conferencias en internet, mientras que otros proyectos de la comunidad permiten otras funciones como el audio, la grabación y la emisión simultánea. Ver más en: <https://jitsi.org>

2.7 De la teoría y reflexión a la práctica

Pregunta guía:

¿De qué manera hacen uso de nuevas tecnologías de información y comunicación en sus medios o colectivos?

Testimonios:

Omar Rincón (Universidad de los Andes, Colombia), Karla Lara Laguna (Radio Universidad, Nicaragua), Remberto Camacho (Radio Raqaypampa, Bolivia), Iván Mercado (Vokaribe Radio, Colombia), Jorge Cano (Wambra, Ecuador), Belén Pac (Radio Sónica, Guatemala)



Omar Rincón
Periodista,
investigador y profesor
de la Universidad de los
Andes, Colombia

«Todos y todas nos han compartido experiencias donde lo digital se junta con los medios considerados arcaicos y funcionan como una pareja espectacular. Alguien contó que algunos jóvenes le escribían a la radio comunitaria a través de un chat para que le avisaran

a la mamá que estaba bien. Esa comunicación que junta lo territorial con lo digital, ese doble movimiento, me parece que es un gran aprendizaje, porque muchas veces se considera que irse a lo digital es abandonar lo que ya se sabía, lo que era parte de las prácticas comunes de la radio o del medio comunitario.

“ Por ejemplo, la llamada a pedir una canción para dedicarla a la chica que le gusta o al chico que le gusta, eso no se pierde, eso se recupera porque eso no lo hace YouTube, eso lo hace la radio comunitaria. Omar Rincón

Si usted quiere decirle a alguien que lo quiere, pues dígaselo por la radio comunitaria, porque YouTube no sirve para eso.

Pongo el ejemplo de Sónica de Guatemala que decidió volverse un medio transmedia, y discutían sobre el cómo mantener el equilibrio entre la creación de contenidos para las redes sociales y a la vez para la radio comunitaria, pero a lo mejor ahí lo que estaba ocurriendo era una expansión de la radio a través de esos otros formatos. Este es un tema interesante. Puede ocurrir

que abandonamos la radio y nos vamos a las redes, o de pronto, colonizamos esos otros canales con formatos orales propios de la radio, o sea, la radio como un formato original que se toma lo otro. Ahí no se trata de un abandono de lo que originariamente hace la radio comunitaria, sino de una expansión.

Por otro lado, considero que el mundo está dividido entre *zombis* y *jurásicos*. Los primeros que son los que se creen muy vivos viviendo en el teléfono celular digital, que van detrás de la pantalla creyendo que son sabios y genios irreverentes y contraculturales, y los *jurásicos*, que son como yo, que no tenemos redes y no tenemos la más remota idea de nada. Me parece que lo digital es una experiencia nueva cultural que no depende de la tecnología, que posibilita tener aprendizajes que entrelazan muy bien lo comunitario y lo ancestral.

En esa experiencia cultural, todo lo guía el proyecto. No es la obra, no es el programa, es el proyecto. Y al proyecto se entra de manera interdisciplinar, cada uno entra a poner lo que tenga como en la minga. El sentido está en las articulaciones e importan más los procesos que los productos.

Esa experiencia cultural, es un laboratorio de estéticas, formatos y temporalidades. Debemos mirar hacia las comunidades ancestrales que tienen una lectura ecosistémica del mundo en el cuál todo lo conectan con todo. Me parece que eso es digital. Desconectemos entonces lo digital del aparato, que, aunque es muy importante porque esa es la cancha donde necesitamos jugar, también hay que recuperar las prácticas comunitarias y ancestrales en esa comprensión de lo digital».



Karla Lara Laguna de Radio Universidad³⁶, Nicaragua

«En el caso de Nicaragua, Radio Universidad está dentro de la carrera de Comunicación. La Universidad tiene una única cuenta de red social que es de carácter institucional. Entonces no hacemos uso de las redes sociales como Radio Universidad, excepto para la comunicación o promoción de todo lo que es con invitados o transmisión de programas específicos.

Sobre el tema de la tecnología, nosotros estamos pasando actualmente por un proceso de digitalización. Tenemos página web y hacemos *streaming*. Consideramos que de los aportes tecnológicos más grandes que tenemos es el tema de la digitalización de los equipos y de todo lo que es la transmisión de la radio. Ese proceso inició mucho antes del tema de uso de redes sociales, además porque la radio tiene dos frecuencias de FM, una frecuencia en 102.3 y otra en 99.5, y cuando tienes dos frecuencias el tema de actualizar los equipos es bastante caro en un país como Nicaragua.

La verdad es que las tecnologías trastocan todo lo que se trabaja en la radio, porque en el proceso que nosotros tenemos hoy por hoy, la producción, la dirección y la coordinación se hace en muchos casos a través de clases virtuales. Los y las estudiantes producen todo desde la virtualidad y luego se transmite esa producción en la radio. Muchos de ellos están produciendo 100% virtual hoy en día, sobre todo por el tema de la pandemia. O sea, no se puede hacer radio hoy por hoy sin la vinculación tecnológica.

Por otro lado, yo creo que la lógica a la hora de producir ha cambiado y eso es de bastante impacto porque te tenés que mentalizar en el proceso de planificación de la producción, o sea, de que no solo es el formato que conoces como medio, sino que hay que pensar hoy por hoy casi en todo, y los que tienen redes sociales lo experimentarán más todavía. Antes pensábamos solo en la radio, pero ahora tenemos la página web, entonces hay que pensar en cómo se va a leer el contenido escrito también, el sonido en todas sus dimensiones y, además, muchas veces en imagen».

³⁶ Al momento de su participación en los DICC, Karla Lara estaba vinculada a Radio Universidad. Desde comienzos de 2021 dejó de ser parte.



Remberto Camacho de Radio Raqaypampa del Gobierno Indígena Originario Campesino Territorio Raqaypama, Bolivia

«Nosotros como radio de un pueblo indígena originario, no estamos dando mucho uso a lo digital todavía, pero estamos queriendo entrar porque también se necesita, ya que hay muchos cambios de radioyentes que no están muy acostumbrados a escuchar en el sector de la radio de transistores, pero todavía tenemos mucha audiencia en la radio.

Estamos iniciando con Facebook, y nos preguntamos sobre qué vamos a informar y también necesitamos saber un poco más sobre este tema porque no es tan fácil meterse en redes sociales. Nos interesa también para entrar y llegar a los más jóvenes.

Tenemos claro que también es un derecho este tema digital. Como pueblo originario, también tenemos algunos residentes en diferentes países, pero mediante este medio de comunicación, mediante transistores, mediante nuestra radio que es AM, no vamos a poder llegar a diferentes países, por tal razón, también estamos pensando entrar a esa parte digital, para estar informando a nuestros compañeros que viven en otros países. Y ¿cómo hacerlo? Pues en eso estamos pensando».

Tenemos claro que también es un derecho este tema digital.

Como pueblo originario, también tenemos algunos residentes en diferentes países, pero mediante este medio de comunicación, mediante transistores, mediante nuestra radio que es AM, no vamos a poder llegar a diferentes países, por tal razón, también estamos pensando entrar a esa parte digital, para estar informando a nuestros compañeros que viven en otros países. Y ¿cómo hacerlo? Pues en eso estamos pensando».



Iván Mercado
de Vokaribe Radio,
Colombia

«Yo creo que es como una combinación entre intentar entenderlas [redes sociales] y producir contenidos para ellas o usarlas como una especie de plataforma de difusión de información. Algo que no siempre se logra y no es el fuerte en nuestro caso. No creamos contenidos específicos, por ejemplo, para Instagram o contenido específico para Facebook, sino que las usamos como una expansión de promoción de lo que hacemos en la radio. Entre otras razones porque es dispendioso y porque no necesariamente tenemos los conocimientos requeridos y, además, el centro, en el caso nuestro, es la radio irradiada.

Otro tipo de tecnología de la cual hacemos mucho más uso es el *streaming*, pues a esa le hemos prestado mucha más atención tratando también de entender cómo funciona, tratando de buscar maneras de hacerla mucho más eficiente, por ejemplo, para el control a remoto de la radio.

Quizás estas tecnologías de las que estoy hablando, como redes sociales, ya no sean tan nuevas. Quizás haya que explo-

rar otras cosas como por ejemplo realidad aumentada y otras tecnologías de información mucho más inmersivas que tal vez sean lo más nuevo. Pero esto tampoco es fácil, porque esas tecnologías que se soportan en lo digital también requieren de una infraestructura que a veces no las tenemos a disposición. Por ejemplo, hemos pensado en cómo hacemos algo inmersivo en video 360, y aunque ahora sea un poco más fácil hacer algunas cosas, en un lugar como en el que nosotros estamos o desde donde nosotros operamos que es una localidad al sur de la ciudad de Barranquilla con una dificultad de acceso a internet, tecnologías como esta del video 360 o cosas así no son fáciles de explorarlas o de tenerlas como un mecanismo, porque no sería fácil que la comunidad accediese a ellas.

Notamos que una de las transformaciones tiene que ver con la lógica de producción; por ejemplo, sabemos que en Instagram un video tiene que durar un minuto, entonces eso te obliga a hacer un ejercicio de síntesis que en programas de radios más convencionales donde puedes tener 30 minutos para tratar de explicar una idea. Esas plataformas al tener unas lógicas propias también traspasan esas lógicas a quien la quiere usar y hay que hacer unas adaptaciones que a veces funcionan y a veces no. En el caso de otro tipo de tecnología como el streaming, también hay que entender técnicamente como funciona. Eso obliga a un proceso de aprendizaje que no es el de la radio convencional. Entonces, es un conocimiento que se incorpora, del que luego puedes hacer uso de él, aunque no lo hagas pensando 100% en esa nueva tecnología».



Dj Corpas, Arturo Corpas, integrante de la agrupación musical colombiana Systema Solar, invitado como tallerista en el taller con niños y niñas en la Feria de la Radio de Vokaribe Radio.



Jorge Cano de Wambra, Ecuador

«Yo pienso que no es lo mismo una radio en línea que un medio digital comunitario, o que una radio comunitaria en lo digital porque ahí la radio en línea se pensaría solo en el canal, como en la herramienta o en el instrumento, y el tema de lo comunitario en lo digital tiene que ver con la gestión de la comunicación en ese escenario de lo digital.

Venimos de esta tradición de la gestión comunitaria de pensar en estrategias de la incidencia que puedes hacer con comunidades desde lo digital para fortalecer a esas mismas comunidades, sus derechos, sus voces diversas, territorios, en fin. O sea, las comunidades puedan enunciarse en lo digital. En esto hemos hecho un trabajo muy bonito y de retos, porque en términos de desarrollo de tecnologías, las comunidades populares y las comunidades urbanas diversas no estamos tan conscientes de producir contenidos, sino solo de consumir.

Aparentemente parecería que en lo digital es más democrático, pero no es así, porque no tenemos una propia infraestructura de telecomunicaciones de lo digital para poder hacer radio en línea. Siempre tenemos que conseguir algo para poder tener el servidor, pagar la página web o estamos sujetos a las redes sociales. Al ser lo digital un territorio *en y de* disputa, nos pasa lo mismo que con las telecomunicaciones, porque la infraestructura ya está dada y nuevamente nos ubicamos al igual que en las frecuencias de AM y FM, en un espacio que ya está concentrado.

En Wambra tenemos una línea de contenido que se llama *Cobertura de la protesta social* y nos especializamos en cubrir la protesta social en Ecuador, pero también en compartir lo que pasa en otros países de América Latina. Y ahí hay una clave: lo que pasó en pandemia es que a pesar de que estábamos confinados durante algunos meses en todo el mundo, se necesitaba mucha más información mediada que la que teníamos en los grandes medios de comunicación. Entonces, información y trabajo para los medios comunitarios en lo digital hay un montón, o sea, hay una agenda planteada.

El reto es que hay que hacerlo dinámico, hay que buscar otras narrativas, otros formatos. Por ejemplo, esto de la protesta social no solo se trata de transmitir lo que pasa en la calle, lo que hacemos incluso es un tema de educación virtual, de cómo distinguir *fake news*, de cómo distinguir o cómo comentar en frente a la protesta social. Intentamos ir un poco más allá de

solo informar, no queremos solo prender la cámara del celular en medio de una marcha y que la gente solo vea, sino argumentar y aprender. Por eso decía que la base también es la educación y en nuestro caso, la educación popular, porque sabemos que la comunicación comunitaria es eminentemente política, aborda agendas y quiere incidir.

Hay que insistir en que hay algunas formas de producir de las radios y medios comunitarios, que es un valor agregado en lo digital. Por ejemplo, el tema del lenguaje popular tiene mucho que ver con la cercanía en las redes sociales, los radioteatros, los dramatizados, los socio-dramas que vienen haciendo en la radio popular en América Latina desde hace décadas y ahora muchos están incursionando a los medios digitales, como por ejemplo en los pódcast. Y los pódcast son contenidos temáticos con investigación, con una narrativa, te cuentan una historia y los medios comunitarios venimos contando historias desde siempre.

Entonces, yo digo, hay algunos valores de los medios comunitarios que hay que resaltarlos y hay que trabajarlos un poco más en lo digital, porque a veces nos dicen «bueno, como vienen del medio comunitario, tú no sabes de lo digital», pero eso no es cierto.

Por ejemplo, el trabajo con los públicos en lo digital tiene que ver con la fidelidad, con las audiencias y ¿quién más ha trabajado audiencias que los medios comunitarios? Porque ni siquiera son nuestras audiencias, sino las comunidades que se sienten cercanas. En los medios comunitarios se ha hablado siempre de los interlocutores e interlocutoras, de que no exista una comunicación de una sola vía y desde que aparece la web 2.0, la web 3.0, comienzan a interactuar los medios de comunicación o los proyectos de comunicación virtuales con sus audiencias, y esto ya lo venían haciendo los medios comunitarios a través de cartas, de llamadas telefónicas, pero ya lo venían haciendo. Entonces son varios puntos a favor de los medios comunitarios para trabajar en la virtualidad».



Collage de El Churo, colectivo de jóvenes en Ecuador que promueve proyectos culturales y de comunicación ciudadana y comunitaria. Uno de sus proyectos es Wambra, un medio digital comunitario.



Belén Pac
de Radio Sónica,
Guatemala

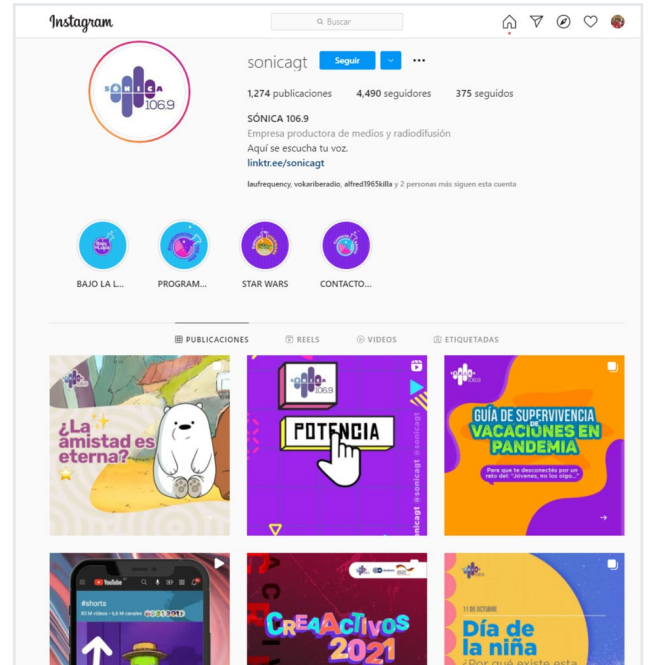
«Radio Sónica está usando las nuevas tecnologías no solo para informar sino también entretener. Es parte de la comunicación que hacemos y son un material de apoyo, ya que está diseñado como para nuestro público objetivo que son las y los jóvenes. Utilizamos bastante Facebook, Instagram y Tik Tok últimamente.

Twitter no tanto porque hemos analizado que Twitter no es de interés para estos jóvenes a los que nos dirigimos.

Tratamos de informar de una forma que entretenga y de esa manera hacemos la Alfabetización Mediática e Informativa. Por ejemplo, tenemos el segmento *En Tiktoriales* donde enseñamos a utilizar diferentes aplicaciones o programas que vienen de internet. Como por ejemplo el tutorial sobre uso de *Canva*, para crear presentaciones y agregar videos. Tiene mucha interacción.

Un ejemplo de lo que hacemos en redes, fue el uso que hicimos de Instagram cuando se aprobó el presupuesto público en Guatemala. Sacamos varios posts en Instagram, donde explicamos qué es lo que está pasando con eso, porque también es la forma como se llama la atención de la población joven. Sabemos que, por ejemplo, no te vas a poner a leer un artículo que va a aparecer en un enlace en Facebook, de una noticia de algún medio grande, porque te da huevo leerlo, no te gusta. Lo que hacemos es resumir toda la información que pasa también por un proceso de *fact check* y luego la construimos y la pasamos a estos canales y redes. Lo que buscamos también es crear un pensamiento crítico, o sea, te damos la información suficiente y ya depende de ti que vas a hacer, qué crees que está bien. Siempre dejamos preguntas abiertas que te generan este tipo de dudas.

Tenemos una reunión que se llama *La mesa de redacción* en la que pensamos tanto el contenido para radio como también



Radio Sónica está presente en las redes sociales más usadas por los jóvenes en Guatemala. Por ejemplo, en Instagram se conecta con su público a través de fotos y videos informativos y entretenidos a la vez. Fuente: <https://instagram.com/sonicagt/>

para redes sociales. Está segmentado y vamos tocando cada segmento para identificar que plataformas se adaptan mejor al contenido que vamos a realizar. Un ejemplo de cómo lo hacemos, podría ser un video que creamos para *Facebook* hablando sobre una ley que no permite el derecho a elegir y que defiende a la familia estructural como se conoce. Nosotros hablamos y contamos qué es esta ley, que es lo que quiere, pero nunca dijimos «nosotros estamos en contra o a favor», solo dimos el contenido y explicamos la ley. El video tuvo muy buena aceptación y eso lo vimos a través del número de veces que lo compartieron y a través del número de reproducciones. Desde ahí entendimos que tenemos un proceso más complicado para poder entender y dar a entender no solo el contenido, sino también a qué plataforma se adapta mejor el contenido».



La sala de redacción de Radio Sónica 106.9. en la Ciudad de Guatemala.

2.8. Resumen de ideas, preguntas y retos

1. ¿Qué conexiones existen entre lo digital y lo comunitario?

- La comunicación en ámbito analógico se defiende y nombra como un derecho, pero al hablar de lo digital, se pierde un poco la noción, porque parece que la libertad de expresión y el derecho a la comunicación están garantizados en lo digital. (García Gago)
- Hay conexión en clave de inclusión entre lo comunitario y lo digital, porque ambos entornos se conectan como espacios menos censurados, con más agendas y con la opción de tener más actores. (Martínez)
- El digital y el comunitario son terrenos o entornos de resistencia, un lugar de periferias visibles, virales, ambientes propicios para la creatividad y la exploración de formatos. (Martínez)
- Es importante dar peso a cómo el territorio digital es privatizado. Jugamos el derecho a la comunicación en un entorno que no es comunitario, donde la pista no es común, sino más como un centro comercial. (Sánchez Martínez)

- Es importante tener en cuenta las escalas espaciales y temporales: no son lo mismo los medios digitales en el 94 que hoy. (Sánchez Martínez)
- Lo digital plantea (como en su momento lo hizo la radio) un canal más para hacer comunidad, el reto es encontrar la mejor forma de usarlo. Pero aún no conocemos todas las reglas del juego, no es fácil aprender a usarlo, ni enseñar a otros a hacerlo. (Zamora)

2. ¿Cómo desarrollar autonomía en los territorios digitales y hacer comunidad en ellos?

- Tendría muchas preguntas: ¿hoy, cualquiera puede tener un medio?, ¿usar sus redes para comunicar? Sí, pero al final los mismos son los que pueden imponer las agendas. ¿Quién tiene colonizados los territorios digitales?, ¿quién los domina? ¿Hay autonomía tecnológica? ¿Se puede tener poder antagónico y pelear lo alternativo? ¿Somos protagonistas de la comunicación en las redes o somos solo un producto? (García Gago)
- Lo más fácil de percibir es la saturación de información que no siempre deja ver lo relevante para decidir, el caos, la pér-

¿Cómo pensar pilotos de redes comunitarias digitales que funcionen de forma alternativa?

Cambio generacional, de la llamada telefónica a la radio a los nuevos canales de comunicación y expresión.

Llamados a la acción y al activismo, usando canales digitales, llevó a la cárcel a un presidente en Guatemala.

Si queremos seguir incidiendo tenemos que usar tecnologías que son un poco caprichosas.



Nuevos canales permiten sentirse identificado y cercano a la fuente de información.



didada de autonomía para decidir, la dificultad de llegar a las personas con las que quieres comunicarte. Los canales muchas veces dificultan el diálogo, pues están condicionados. (Sánchez Martínez)

- ¿Y lo bueno? Los lugares luminosos son pocos, en momentos muy específicos, pero hay algunos explosivos de mucha utilidad para pasar los límites, por ejemplo #Metoo y experiencias de enlaces con migrantes. O explosivos en cuanto a creatividad, por ejemplo, el caso protagonizado por jóvenes y adolescentes seguidores y seguidoras del KPop (pop coreano), en una acción política a través de TikTok contra el expresidente estadounidense Donald Trump.³⁷ (Sánchez Martínez)
- Lo digital ofrece oportunidades para el activismo. Por ejemplo, un llamado a la acción a través de redes sociales llevó a la cárcel a un presidente en Guatemala por temas de corrupción. Pero también emergen nuevos riesgos, nuevas formas de violencia digital, como la expansión de los discursos de odio. (Zamora)
- Se observa un cambio generacional: de la llamada telefónica a la radio y a los nuevos canales de comunicación y expresión. (Zamora)
- Si queremos seguir incidiendo tenemos que usar tecnologías que son un poco caprichosas. (Zamora)
- Tenemos que pensar en infraestructuras propias, seguir tejiendo en el territorio y entendiendo cómo se controlan los territorios digitales y analógicos. ¿Global, local o glocal? (Martínez)

3. ¿Cómo pensar en redes comunitarias o escenarios digitales que funcionen de forma alternativa?

- Lo digital ha venido a cuestionar o complejizar lo que es lo comunitario, que ahora no solo está anclado al territorio sino a intereses compartidos. (García Gago)
- La globalización no solo se da por las redes sociales. Los medios son todos muy valiosos, pero es necesario debatir sobre el modelo de desarrollo de esas tecnologías, así como se legisló para los medios comunitarios. ¿Por dónde entrar, cómo usarlos para revertir los poderes en lo digital? (García Gago)
- Lo digital no son solo las redes sociales: Mumble, Jitsi, Zoom, han permitido hacer programas y salir al aire. Las redes sociales en internet son canales, no son medios de comunicación. (García Gago)
- Hay un lugar de discusión político y otro estratégico: por ejemplo, Facebook es adictivo, pero y aunque resulta estratégico, llegamos allí porque se facilitaba la discusión, pero ahora se come todos los debates. La audiencia no solo está en lo digital. (Sánchez Martínez)
- Las tecnologías nacen de la explotación y terminan en explotación, si no nos ponemos como meta transitar por otras

tecnologías y por nuestras propias herramientas, nada va a cambiar. (Sánchez Martínez)

- Los algoritmos aprenden, silencian o amplifican lo que les es más conveniente. La tecnología cambia todo el tiempo y de manera no equitativa. Lo digital no es una cosa del futuro, es algo que ya está pasando. Hay que meterse en el reto de crear servidores autónomos, servidores feministas, servidores inclusivos y de acceso libre. (Sánchez Martínez)
- Se pueden hackear las agendas, usar otros discursos, las formas, los formatos, las estructuras iniciales de las redes para hacer cosas distintas. (Martínez)
- Poner en línea la radio amplía su alcance, pero no es suficiente. (Martínez)
- Ampliar las reflexiones y el conocimiento de las personas jóvenes sobre los retos del mundo digital, eso es justamente la Alfabetización Mediática e Informacional, ayudarles a identificar lo propio y lo ajeno, que la red social que disfrutan no es gratuita, pues la están pagando con sus datos y su información. (Zamora)

Los medios son todos **valiosos**, la globalización no solo se da por las **redes sociales**.

La necesidad de debatir el modelo de desarrollo de esas tecnologías así como se legisló para los medios comunitarios.

³⁷ Ver más sobre el caso KPop contra Trump en Infobae. Recuperado el 13.08.2021: <https://infobae.com/america/eeuu/2020/06/27/batallones-digitales-de-fanaticos-del-k-pop-el-rival-menos-esperado-de-donald-trump/>

Comunitarias digitales

Diálogos Intergeneracionales de Comunicación Comunitaria



Uni Andes
María Paula

Lo digital y lo comunitario son terrenos o entornos de resistencia, un lugar de periferias visibles, virales.



Técnicas Rudas
Mayeli

Es importante dar peso a cómo el territorio digital es privatizado, jugamos el derecho a la comunicación en un entorno que no es comunitario, la pista no es común, sino más un centro comercial.



Sónica
Edgar

Conocer a los jóvenes permite fomentar la alfabetización mediática.

¿Cómo se han transformado las dinámicas de la comunicación?

La dificultad de percibir es la saturación de información que no siempre deja ver lo relevante para decidir, el caos, la pérdida de autonomía para decidir, la dificultad de llegar a las personas con las que quieres comunicarte. Los canales dificultan el diálogo, están condicionados.



¿Cuál es la mejor forma de manejar lo digital?

¿Cómo acerco la tecnología a mi comunidad?

¿Cómo desarrollar autonomía en los territorios digitales?



Tenemos que pensar en infraestructura independiente.

Aprender a controlar, hackear el lenguaje de territorios digitales.

La radio en línea puede ser enriquecida por la comunidad y aumenta su alcance, pero no es suficiente.

  
Generar enlaces
#Metoo
Creatividad
Denuncia social
Activismo político

La audiencia no solo está en lo digital. Los algoritmos aprenden, silencian, amplifican lo que les es más conveniente.

Los medios son todos **valiosos**, la globalización no solo se da por las **redes sociales**.

La necesidad de debatir el modelo de desarrollo de esas tecnologías así como se legisló para los medios comunitarios.



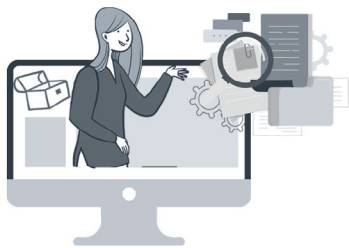
Radios libres
Santiago

La comunicación es un derecho.



Comunitarias Digitales

Derecho, resistencia, recuperación y construcción cultural.



¿Cómo pensar pilotos de redes comunitarias digitales que funcionen de forma alternativa?

Cambio generacional, de la llamada telefónica a la radio a los nuevos canales de comunicación y expresión.

Llamados a la acción y al activismo, usando canales digitales, llevó a la cárcel a un presidente en Guatemala.

Si queremos seguir incidiendo tenemos que usar tecnologías que son un poco caprichosas.

Comunicación en ámbito analógico se defiende y nombra como un derecho, pero al hablar de lo digital, se pierde un poco la noción, porque parece que la libertad de expresión y el derecho a la comunicación están garantizados en lo digital.



¿Cualquiera puede tener un medio?
¿Usar sus redes para comunicar?
Sí, pero al final los mismos son los que pueden imponer las agendas

Preocupaciones:
¿Somos protagonistas de la comunicación en redes o somos un producto?
· Burbujas
· Discursos de odio

¿Quién tiene colonizados los territorios digitales?
¿Quién los domina?
¿Hay autonomía tecnológica?



Nuevos canales permiten sentirse identificado y cercano a la fuente de información.

La tecnología no es estática.

Reconocer y darle lugar a nuestra voz y autonomía.



¿Qué es lo mío y qué es lo nuestro? Si tenemos medios propios nuestras luchas son más poderosas, lo digital no lo propicia, puede ampliarlas pero también podría silenciarlas.

CAPÍTULO III

Agendas expandidas

En este capítulo hablaremos sobre las agendas de los medios comunitarios en América Latina. Un tema que nos invita nuevamente a la reflexión sobre los sentidos, sus formas de comunicar, desde dónde y con quiénes comunican los medios comunitarios, en especial las radios.

Partimos de la idea de que la agenda de los medios comunitarios conectados con sus entornos está habitada por cotidianidades, por estéticas que expresan el territorio y lecturas muy propias de sus realidades cercanas. Son agendas hiperlocales que ponen decididamente a dialogar las preo-

cupaciones más simples de una comunidad en su diario vivir con las complejidades de las agendas más globales. Incluyen temas que no caben en la programación de los medios convencionales, enriquecen las narrativas que transitan esos escenarios diversos de la comunicación y ponen voces e historias anónimas en un lugar visible y protagónico. ¿Es así?... Veamos.

Un diálogo con Ana María Acosta (Ecuador), Clemencia Rodríguez (EE. UU.) y Omar Rincón (Colombia).

Ana María Acosta
Ecuador

Cofundadora y editora general en WAMBRA
Cofundadora de la Fundación EL CHURO

Clemencia Rodríguez
EE. UU.

Profesora del Departamento Media Studies and Production,
UNIVERSIDAD TEMPLE en Filadelfia

Omar Rincón
Colombia

Periodista y profesor
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES

3.1 Perfiles de conversadores y conversadoras



Ana María Acosta

Educadora popular. Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Central del Ecuador y becaria del Doctorado en Sociología y Género de FLACSO. Es cofundadora y editora general en Wambra³⁸, medio digital comunitario y la Fundación El Churo³⁹ en Ecuador. Trabaja con organizaciones de mujeres, feministas, LGBTQ+, comunidades indígenas, campesinas y afrodescendientes. Ha escrito manuales sobre comunicación comunitaria, género y derechos humanos. Es feminista y karishina.⁴⁰



Clemencia Rodríguez

Profesora del Departamento Media Studies and Production de la Universidad de Temple en Filadelfia, Estados Unidos. Doctora en International Telecommunication de la Universidad de Ohio. En su libro *Fissures in the Mediascape: An International Study of Citizens' Media* (2001), desarrolló su teoría de los medios ciudadanos, un enfoque innovador para comprender el papel de los medios comunitarios y alternativos en nuestras sociedades. Su investigación se centra en los medios ciudadanos en la Colombia post-Acuerdo de Paz, con un nuevo enfoque en la comunicación ambiental. Enseña en las áreas de medios, comunicación y cambio social en América Latina.



Omar Rincón

Periodista, académico y ensayista en temas de periodismo, medios, cultura, entretenimiento y comunicación política. Profesor titular en la Universidad de los Andes, Colombia. Ensayista cultural en El Tiempo y las revistas digitales 070 (Colombia), ALTAÍR (España) y ANFI-BIA (Argentina). Es director del proyecto Fesmedia de la Fundación Friedrich Ebert en Colombia. Algunos de sus libros más conocidos son: *Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento* (2006); *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano* (2005) y *Televisión, video y subjetividad* (2002).

³⁸ Enlace a sitio web de Wambra: <https://wambra.ec/>

³⁹ Enlace a sitio web de la Fundación El Churo: <http://elchuro.org/>

⁴⁰ Ana María Acosta explica el significado de la palabra karishina: «*Karishina* significa, literal, *kari* que es *hombre* y *shina* que es como *parecido*. Es una palabra muy común, un quichuismo. Nuestras abuelitas nos decían: «esta wambra karishina», refiriéndose a las mujeres que estábamos jugando, a las niñas que se suben a los árboles con vestidos, a las mujeres que no saben cocinar, ni planchar, ni lavar y que no les gusta como el rol establecido para las mujeres. A esas mujeres se les dice que son karishina».

Temas, realidades e intereses propuestos en las agendas de los medios comunitarios:



Palabras que aportaron como lluvia de ideas los y las participantes del encuentro para definir las agendas de los medios comunitarios. Fuente: mentimeter.com

3.2 Antes de empezar a conversar

¿Sobre qué hablan los medios y colectivos de comunicación comunitarios? ¿Qué tanto deciden e inciden las propias comunidades sobre lo que se habla en estos medios? ¿Cómo se expanden las agendas de los medios comunitarios? ¿Cómo aportan estas agendas a la formación de ciudadanía y esfera pública local?

Algunas de estas preguntas fueron las activadoras del diálogo que arrojó como resultado este tercer capítulo. Son preguntas que abordan varios aspectos centrales:

1. No es fácil responderlas dentro de los marcos teóricos referenciales de los estudios de comunicación que conocemos: occidentales, que analizan los *Mass Media* desde el funcionalismo, desde las lógicas de los medios hegemónicos, desde la perspectiva de la comunicación binaria, unidireccional y asimétrica (emisor > receptor) o desde los marcos normativos de lo que concebimos como prácticas del *deber-ser* de los medios de comunicación, entre otros aspectos. No se trata, sin embargo, de desconocer los aportes que desde los estudios de la comunicación y otras ciencias sociales se han hecho para la comprensión de esa relación entre medios de comunicación, sociedad y cultura. Por el contrario, la invitación es a enriquecer esos debates y sumar miradas que emergen desde la experiencia propia de los medios comunitarios en América Latina.

2. Ningún medio comunitario es idéntico a otro. Por lo tanto, no hay una sola agenda, o un único modelo que se *clone*, así como no hay una sola manera para decidir «qué entra» en las agendas de los comunitarios o qué no, porque no hay una única realidad, ni una única historia o forma de ser comunidad. Hay transversalidades, muchas y variadas, determinadas por las realidades locales en las que estos medios se insertan.
3. En la comunicación comunitaria, el orden del proceso comunicativo puede invertirse fácilmente, *samplearse*, mezclarse y mutar. La definición de audiencias cambia en tanto deja de habitar el lugar pasivo de la recepción anónima masiva y se revierte a otro lugar más activo y protagónico, transformándose como lo describe Omar Rincón, en «flujos expresivos, sujetos que intervienen los medios, comunidades que se expresan en sus propias pantallas»⁴¹.

El término de raíz latina *expandere* nos invita a imaginar agendas que se extienden más allá de su propia definición, que dedican más espacio a la comunicación de lo cotidiano y cercano, que se dilatan y aumentan de tamaño, no por abordar o difundir más temas en sus parrillas de programación, sino porque se asumen en la libertad de cubrir a sus maneras, intenciones y estéticas, lo que consideren relevante.

⁴¹ Bonilla, J.; Cataño, M.; Rincón, O. & Zuluaga, J. (2012), p.10. De las audiencias contemplativas a los productores conectados: Mapa de los estudios y de las tendencias de ciudadanos mediáticos en Colombia. Cali, Colombia: Sello Editorial Javeriano.

En este orden de ideas, cuando proponemos abordar la temática de las agendas de los medios y colectivos de comunicación comunitaria, no lo delimitamos al análisis de los temas que alimentan una agenda con *misión* informativa, sino, también, a la posibilidad de abordar de manera abierta, flexible y creativa las realidades cercanas, de incluir y revertir los órdenes de importancia sobre *lo que* se habla, y también, sobre *cómo* se habla.

Este capítulo transita entonces entre preguntas e invitaciones a *desaprender*, a salir de los lugares comunes y las delimitaciones de lo que comprendemos como la agenda de los medios comunitarios.

En esta exploración nos acompañan con sus miradas y reflexiones: Ana María Acosta de Ecuador, comunicadora, feminista *kari-shina*; Clemencia Rodríguez de Colombia viviendo en EE. UU., académica, experta en medios ciudadanos; y Omar Rincón de Colombia, periodista, ensayista y académico. También compartiremos las experiencias y reflexiones de representantes de medios comunitarios de América Latina en torno a la pregunta sobre *el qué y cómo* nos hablan los medios comunitarios hoy.

3.3 Punto de partida: desaprender

Cada vez que nos preguntamos sobre los temas centrales y prioritarios de los medios comunitarios, nos encontramos con una respuesta similar: en los comunitarios entran los temas que no ocupan espacio visible (o ninguno) en las agendas de los medios comerciales, convencionales o grandes medios.

Para aproximarnos al tema, consideramos que sería necesario empezar por esclarecer el papel de las agendas en los medios y su relevancia e incidencia en la formación de opinión pública. Volvimos a revisar, entonces la teoría de la fijación de la agenda o agenda *setting*⁴² en los medios de comunicación, la cual -muy resumidamente- habla de la influencia que los medios de masas tienen sobre los públicos, al determinar y graduar intencionalmente la importancia de la información, incluyendo o excluyendo temas de manera deliberada y con esto incidir en las agendas públicas. Es decir, los medios informativos pueden no tener necesariamente la capacidad de decirnos cómo pensar sobre un determinado tema, pero sí sobre qué pensar.

¿Aplica esta teoría también para el caso de los medios comunitarios?

Al respecto, Clemencia Rodríguez nos propone desaprender esa mirada «[...] muy vieja y tradicional de la academia y de la investigación en comunicación, en la que se definieron tres funciones para los medios: informar, educar, entretener; y pare de contar». En su opinión, pensar los medios de comunicación desde esos lugares y definiciones que nos han tratado de enseñar sobre *para qué* son los medios y *el rol* de estos, no permite ver lo mejor de los medios comunitarios:

«Lo que yo he aprendido de los medios comunitarios, de la Escuela Audiovisual Infantil de Belén de los Andaquíes⁴³, de Vokaribe⁴⁴, de Kuchá Suto en Palenque⁴⁵, del video indígena, es que hay una paleta de usos y apropiaciones de estas tecnologías que van mucho más allá de educar, informar y entretener.

“ Cuando empecemos en colectivo a tener un consenso sobre la multiplicidad de usos de estos medios en nuestras comunidades, vamos a poder ver más, vamos a poder aprender de los otros y les otros, y a generar incluso más usos, más convergencias, adaptaciones, hibridaciones, readaptaciones, reinenciones. [...] Es ahí donde hay que expandir la agenda. Clemencia Rodríguez

Los usos de los medios comunitarios se expanden, entonces, de acuerdo al sentido que adquieren en diálogo con las necesidades de las comunidades, y, generalmente, no se agotan en esas tres funciones normativas.

¿Cómo son entonces esas expansiones de los medios comunitarios y cómo se reflejan en sus agendas? Clemencia Rodríguez nos comparte un par de ejemplos sobre el uso que comunidades indígenas hacen del video como testigo de acuerdos y memoria comunitaria: «En Video en las Aldeas⁴⁶, un proyecto en comunidades indígenas en Brasil, el video se usa como testigo cuando las agencias de los gobiernos llegan a negociar, a conversar o a firmar acuerdos con estas comunidades. El video queda como un testigo de lo que pasó. [...] Otro tipo de video indígena en Brasil sobre rituales puede durar diez horas porque el ritual dura diez horas. Eso es más un uso para la memoria, para la memoria familiar, para la memoria grupal. Esos usos no son ni para informar, ni educar, ni entretener».

⁴² Donald Shaw y Maxwell McCombs son considerados los principales referentes de la teoría de la *agenda setting*. Más información sobre la teoría de la *agenda setting* en: McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. Recuperado: 12.08. 2021, de: <http://jstor.org/stable/2747787>

⁴³ Enlace a sitio web de la escuela Audiovisual Infantil de Belén de los Andaquíes: <https://escuelaaudiovisualinfantil.blogspot.com/>

⁴⁴ Enlace a sitio web de Vokaribe Radio, emisora comunitaria en Barranquilla, Colombia: <https://vokaribe.net/>

⁴⁵ Enlace a perfil del colectivo Kuchá Suto en Soundcloud: <https://soundcloud.com/kucha-suto-colectivo>

⁴⁶ Ver más sobre este proyecto: <http://videonasaldeias.org.br/2009/>

Otro ejemplo de los otros usos de los medios es el de la experiencia de comunicación de Belén de los Andaquíes en Colombia, con una agenda hiperlocalizada, en la cual temas como el cubrimiento del concurso de la calle mejor decorada en el municipio pueden ocupar un lugar central en la agenda. Detrás de este tema, que podría considerarse solo de interés para habitantes de esa comunidad de Belén de los Andaquíes, la agenda se *expande* a un asunto de participación, de integración de la comunidad, de expresión alrededor del reencuentro y el compartir, a una desactivación del miedo a la libre expresión en contextos de censura por la violencia vivida:

«En el caso de Belén de los Andaquíes, yo aprendí sobre usos del video y medios donde lo que quieren es crear una realidad que no existe en la comunidad. Por ejemplo, cuando la comunidad estaba totalmente aislada como consecuencia de la presencia de grupos armados y el conflicto, la comunidad se encerró. Con la meta de volver a sacar a la comunidad a rehabilitar los espacios públicos cuando ya había pasado el conflicto armado, Alirio González y su gente de Radio Andaquí, se inventaron un concurso para decorar el pueblo en la Navidad. Las reglas del concurso implican, por ejemplo, que las familias de la cuadra tengan que interactuar entre sí para ponerse de acuerdo sobre cuál va a hacer el tema, luego decorar juntos, etc.

“Ese es otro elemento que instiga a la interacción comunitaria, a volver a salir al espacio público, a volver a la calle, a volver a interactuar con el vecino, etc. ¿Eso qué es? Eso no es ni informar, eso no es educar, eso no es entretener. Clemencia Rodríguez

A este tipo de comunicación que encuentra lugar en los medios comunitarios, Clemencia Rodríguez la llama *comunicación performativa*, una comunicación que crea una realidad que no existía antes.

Esa otra forma de comprender la comunicación comunitaria implica hacer un ejercicio en el que se requiere del *descomponer* los órdenes de importancia entre *lo que se habla* en las agendas de los medios comunitarios y *el cómo* se narran y comunican esas agendas. *El cómo*, dice Omar Rincón, está directamente relacionado con las múltiples posibilidades narrativas, las estéticas, los quiénes enuncian y la apropiación de esos espacios y/o lugares de enunciación:

«Me parece que lo importante no es el *qué* se habla sino el *cómo*. El cómo pensar, el cómo narrar, el cómo actuar. A nosotros –desde la academia, desde las ONG-, nos gusta decirle a la gente en qué pensar, ya sea sobre temas de medio ambiente, mujeres, sea cual sea nuestra agenda, porque nos parece

importante y queremos venderle esos temas a la comunidad. En la *comunicación performativa* que propone Clemencia Rodríguez, el *cómo* es lo más importante y no el *qué*.

“Chimamanda Ngozi Adichie en su charla en TED, *The danger of a single story*, nos habla sobre la importancia de tener más que una sola historia, o una versión única de la realidad... Omar Rincón

Ella no nos dice de qué hablar, sino que resalta la importancia de contar historias. Nos dice, «cuente la historia que usted quiera», y es ahí donde la propuesta se vuelve interesante, porque es en *el cómo*, donde lo popular, la comunidad y el territorio pueden ser muy creativos».

En su libro *Narrativas mediáticas* (2006)⁴⁷, Omar Rincón plantea que «[...] las prácticas mediáticas son relatos para la interpelación social que actualizan otros modos de significar y referenciar la vida, que deben ser comprendidos más desde la narración que desde los argumentos, más desde el estilo y las estéticas que desde las razones y las ideologías» (Rincón, 2006, p.15).

La comunicación es, en últimas, una interpelación que vincula, que invita a actuar: «Concibo la comunicación como «intervención», o como esas ganas de romper la rutina con sentidos y experiencias frágiles. Concibo la comunicabilidad como una «interpelación», en el sentido de llamada de atención, de vínculo, de actuar» (Rincón, 2006, p.13).

La comunicabilidad está mucho más en los modos de narrar (los *cómo*), que en los contenidos (*o el qué*) propiamente dichos. Ese fluir leve, que caracteriza a los medios de comunicación, que también es *efímero y fragmentario*, contiene, según Omar Rincón, un gran potencial para comprender cómo estamos produciendo y viviendo las identidades, las culturas y las sensibilidades en y desde las comunidades.

El *cómo* se narra hace parte también de las transformaciones en tiempos en los que emergen múltiples alternativas y opciones de acceder a recursos desde lo digital, que han ampliado las maneras de relacionarse con las audiencias, *sacando* las radios comunitarias del lugar donde está la antena y el transmisor y expandiendo sus posibilidades de interacción con otras comunidades a las que, antes de internet, no imaginaron llegar.

En ese mapa de posibilidades de la conexión expandida de los medios y la comunicación comunitaria, nos encontramos

⁴⁷Rincón, Omar (2006). *Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa Editorial.



¿De qué hablan los medios comunitarios?

La comunicación comunitaria debe seguir generando lazos, trenzas de articulación entre las distintas luchas, que no sean islas.

también con ejemplos de medios y colectivos cuyo escenario de interacción con las comunidades se da en contextos urbanos de capitales en los cuales el mapa mediático es mucho más denso y donde la pugna por la atención de las audiencias llena las agendas de temas blandos, generales, donde las periferias poco o nada enuncian. En ese contexto emergen medios comunitarios con agendas alternativas como es el caso de Wambra, una radio urbana en línea, con una narrativa transmedia y una agenda decididamente política y feminista, que se orienta por las señales que emergen de las dinámicas sociales locales, las protestas y acciones de las organizaciones sociales.

Ana María Acosta, cofundadora de Wambra, describe este proyecto como una propuesta comunitaria, resignificada en lo digital, que se apropia de todas las posibilidades narrativas que permite el internet: «Buscamos cruzar lo que la comunicación comunitaria siempre ha hecho, que es generar lazos, trenzas de articulación entre las distintas luchas...

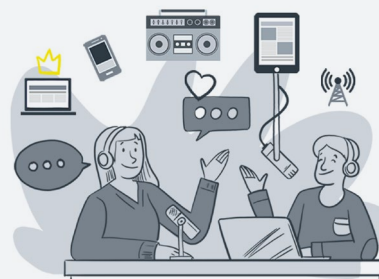
“ Pareciera que en la dinámica digital de los algoritmos estuviéramos como distribuidos en distintas islas, y la comunicación comunitaria lo que hace es decir: «aquí hay unos hilos que están articulando las distintas luchas, que se están interseccionando y se están juntando». Ana María Acosta

Experiencias de comunicación comunitaria con un enfoque más urbano y conectado con movimientos sociales como Wambra no tienen agendas asentadas en un territorio geocalizado. Aunque sus intereses y sentidos están directamente relacionados con la dinámica local, no renuncian a la meta de

poder posicionar en la agenda temas conectados a lo global y masivo. Ana María Acosta comparte la importancia de ese elemento característico de la comunicación comunitaria sobre la definición de una agenda propia, que refleja lo que las comunidades dicen, sienten y viven, evitando las *agendas paracaídas* o impuestas desde afuera. Agrega, además, la importancia de desmontar preceptos que asocian categóricamente lo comunitario a *lo chiquito, lo feo y lo precario*:

“ Nosotros consideramos esto una disputa porque muchas veces el poder se refiere a lo comunitario y lo local como lo pequeño y marginalizado. Nosotros decimos que no es así. Lo comunitario significa también lo masivo, lo grande... Ana María Acosta

Hay que romper esa polarización, esos extremos. Es importante generar y no dejar de lado esa posibilidad de que lo comunitario puede llegar a otros públicos y pueda incidir en otras instancias. Por ejemplo, en el anterior concurso de frecuencias en Ecuador, competimos contra una de las radios de propiedad de uno de los magnates de comunicación de América Latina, el Fantasma González. ¿Por qué razón? Porque la Ley de Comunicación⁴⁸ planteaba que no había una diferenciación, una restricción territorial de cobertura para las radios en FM. Antes, la ley creada en la dictadura decía que los medios comunitarios tenían una cobertura limitada, que tenía que llegar a un territorio delimitado, y eso hizo que muchas radios comunitarias obtuvieran una frecuencia en un cerro donde ni siquiera estaba la población. Nosotros peleamos para que no haya esa distinción y podamos participar por frecuencias FM de cobertura regional. [...] Estuvimos a punto de ganar una frecuencia que llegaba a toda la provincia de Pichincha, pero quienes



Debemos luchar contra la idea de que los medios comunitarios no son sostenibles.

⁴⁸ Enlace al texto de la Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador: <https://telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicacion%C3%B3n.pdf>

manejaban el tema de telecomunicaciones argumentaban que los medios comunitarios no éramos sostenibles y que no íbamos a poder sostener una frecuencia de esa magnitud. Seguimos en esa disputa de que los medios comunitarios también le apostamos a lo masivo y que sí somos sostenibles».

Desaprender, entonces, para comprender las dinámicas propias de los medios comunitarios, implica varios aspectos. Por un lado, reconocer que los medios comunitarios adaptan sus modos de hacer la comunicación a los contextos sociopolíticos y normativos en los que se desarrolla su labor, pero también, y tal vez resulta más decisivo, a las necesidades y a la fuerza o tipo de relación establecida con las comunidades y los territorios que habitan.

Por último, muchos *qué* con *cómo* distintos podría ser una manera de identificar y definir las agendas -leves y/o complejas-, que se proponen desde los medios comunitarios en una relación y conexión real con los territorios.

3.4 Agendas y medios conectados al territorio y más allá

Clemencia Rodríguez considera el escenario hiperlocal como el escenario ideal desde donde los medios comunitarios pueden, a través de un ejercicio de comunicación mediada y determinada por el territorio, aportar realmente a la comunidad, pues la experiencia humana pasa siempre y *está sembrada* en un territorio. Esa interacción de lo humano con el territorio genera lenguajes locales, estéticas locales y formas de nombrar el mundo local:

«He aprendido a ver a los, las y les productores de medios comunitarios como etnógrafos constantes. Gentes, personas comunicadoras y comunicadores que están constantemente mirando el tejido social, cultural y comunicativo de su territorio, mirando a ver cómo está cambiando la paleta de colores que usa la gente, cómo están cambiando los acentos, los lenguajes, las estéticas y qué símbolos, signos e íconos nuevos están entrando a esa estética local...

“Es una labor constante de estar mirando y sintiendo el territorio, y desde ahí hay que hacer radio, video, fotografía o memes o lo que sea. Desde ahí creo que la comunicación comunitaria debe hacer periodismo, debe hacer campañas de salud, ambientales y de todo tipo. Debe hacer comunicación performática, comunicación para el empoderamiento. Debe hacer todo tipo de usos o tipos de comunicación. Clemencia Rodríguez

Esa comunicación propia e hiperlocal, que se evidencia a través de los lenguajes y acentos locales, de las estéticas, íconos, símbolos, signos, colores y sabores locales, puede encontrar lugar en cualquier tipo de plataformas y tecnologías y adaptar narrativas y agendas propias.

Ana María Acosta comparte el ejemplo de apropiaciones y usos creativos que desde algunas comunidades se hacen de las plataformas disponibles en internet, pese a las limitaciones mismas de un escenario como este:

«Hay ejemplos muy interesantes de comunicadoras locales que se han apropiado de estas tecnologías. Por ejemplo, Nancy Risol, una *youtuber* indígena, una chica muy joven de Saraguro acá en Ecuador, que narra su vida y la de su comunidad a través de YouTube y cuenta sus historias desde el humor. Ella se convirtió en una de las *youtubers* más vistas. Entrecruza historias de cómo vive su comunidad, pero también ha metido cuestiones de género de las mujeres indígenas, de lo que implica para las mujeres estar en la casa y cómo las mujeres más jóvenes no quieren hacer solo eso. Habla sobre un montón de temas de importancia para su comunidad y lo hace con humor, lo hace desde sus estéticas, sus lógicas, su lenguaje local y se ha convertido en un fenómeno masivo».

Por otro lado, el proceso de llegar de *cualquier* modo -tecnológico y narrativo- a las audiencias, es un reto que empiezan a asumir muchos medios comunitarios con cercanías a movimientos sociales, que cubren especialmente comunidades globales conectadas por el sentido de sus demandas y luchas, mas no necesariamente por un vínculo territorial. Medios comunitarios como Wambra, cuyo ecosistema es el digital, plantean que el asunto ya no es solamente *el qué* y *el cómo se comunica*, sino también *con qué recursos* se está haciendo esa comunicación que propone temas y construye agendas compartidas.

Ana María Acosta lo resume así: «Si la audiencia o las personas a las que queremos llegar están viendo los mensajes en señales de humo, pues hay que ir a la señal de humo». Y nos lo explica en un ejemplo:

«En el Paro Nacional aprendimos a hacer comunicación desde WhatsApp, a mandar contenidos por la lista de distribución de Wambra en WhatsApp, en la que están suscritas 2.500 personas. Esos contenidos llegan fácilmente porque la mayoría de las personas tienen acceso a datos para conectarse. Los contenidos son sobre las acciones solidarias de las organizaciones y en este momento sobre la pandemia. Con la lista de distribución en WhatsApp nos ocurrió una anécdota: un señor del centro de Quito nos hizo unas credenciales de prensa y el día que nos las entregó nos dijo: «Ustedes son de Wambra? A mí me llegan sus mensajes de WhatsApp». Y nosotros le preguntamos si estaba suscrito a nuestra lista. Nos respondió que él no, pero sí su hermano migrante que vive en España, quien era el que le reenviaba los mensajes que recibía de Wambra. Entonces, ahí

supimos cuál es el efecto y la potencia que puede tener un contenido en WhatsApp, porque finalmente es el espacio de donde la tía te comparte cosas, o el mensaje amoroso de la mañana, los chats de familia. Entonces, vemos que sí es posible de lograr esa cercanía a través de estos recursos para hacer comunicación».

Al juntar todos estos puntos que se encuentran en aspectos tales como los contenidos que nutren las agendas, el cómo se narran estos contenidos y con qué tipo de recursos se hace la comunicación, surgen otras preguntas sobre *los quiénes* y *desde qué lugares* se definen las agendas de los medios comunitarios. Por un lado, podríamos responder rápidamente que las agendas de los medios comunitarios las definen los colectivos que hacen uso del medio y las comunidades a partir de la identificación de sus necesidades. Por otro lado, hay también actores externos tales como entidades o instituciones gubernamentales, ONG locales o regionales, organizaciones de cooperación internacional, universidades, entre otros, que intervienen en las dinámicas sociales en los territorios.

Estas agendas, de acuerdo a Omar Rincón, mediadas por los objetivos y planeación de actores externos a las comunidades, aunque tengan un propósito *bien intencionado*, pueden llegar a condicionar la libertad de expresarse de las propias comunidades, pues no es lo mismo repetir un discurso que nos piden adoptar, a crear uno basado e inspirado en las experiencias y miradas propias.

Ante esta confluencia de miradas y fuentes que nutren las agendas, lograr un equilibrio para no perder autonomía narrativa, resulta otro reto. Omar Rincón propone habitar las palabras *desaprender*, *descolonizar* e *interculturalidad* para fortalecer las agendas propias:

«La interculturalidad significa entender que en la comunidad también hay muchas culturas, la cultura de los niños y niñas, la cultura de las mujeres, la cultura de los ancianos y ancianas, la cultura ambiental. La interculturalidad nos dice que, en Barranquilla, Vokaribe Radio tiene que ser urbana, pero si está en Montes de María tiene que ser distinta y si está en Florencia tiene que ser otra...

“Yo puedo hablar de política o hablar de feminismos, pero a partir de la comida, a partir de las músicas, a partir del humor, a partir de las múltiples y formas propias como estos temas se comprenden en la comunidad y el territorio. Las agendas en sus múltiples formas son, en conclusión, las de los territorios y solo desde los territorios ganan voz propia. Omar Rincón

3.5 Soberanías temáticas y rol de la escucha en la construcción de agendas

“La agenda es resultado de la escucha atenta. La fórmula comunidad + territorio hace posible esa sostenibilidad y representatividad en la agenda de los medios comunitarios. Omar Rincón

Dos aspectos son transversales en este tema de lo que se habla o se deja de hablar en la agenda de los medios de comunicación comunitarios. Por un lado, qué tanta autonomía tienen los medios comunitarios para definir sus agendas y, por otro, qué tan conectados están estos medios a través de la escucha atenta a las comunidades. Es decir, cómo están escuchando y hacia dónde orienta esa escucha.

Para empezar, Clemencia Rodríguez propone una diferenciación importante entre los medios que denominamos comunitarios y los medios de movimientos sociales: «Existe un punto ciego en este tema, y es que tratamos de meter todo, muchas cosas diferentes en el cajón de los comunitarios». Hacer esta diferenciación resulta útil para entender que las dinámicas de cada medio determinan los temas de interés o los que son considerados relevantes en las diferentes agendas.

En el caso de los medios de movimientos sociales, las metas comunicativas son, según Clemencia Rodríguez, «la movilización, la concientización y la información».

La agenda de este tipo de medios es la que se define desde las dinámicas y coyunturas de los movimientos sociales. En este tipo de medios, la meta comunicativa se cumple a partir de dos mediciones: el alcance que se tenga y la cantidad de gente a la que se llega. En el caso de los medios comunitarios, por el contrario, lo hiperlocal tiene y gana mucho más sentido:

«Trato de hacer siempre la diferenciación entre un tipo de medio como lo es Wambra, que me parece que es un medio de movimientos sociales, comparado con la Escuela Audiovisual de Belén de los Andaqués, el cual considero que es un medio comunitario. Cada uno hace un tipo de comunicación muy diferente. En la Escuela de Belén de los Andaqués es una comunicación que comienza con el medio, pero no se agota o termina ahí. Sigue de otras formas, por ejemplo, en forma de comunicación interpersonal, de comunicación intergrupala y comunitaria, entre otras. Es una comunicación donde la parte mediática es solamente un pequeño elemento del proceso comunicativo que quieren desarrollar. [...] Los temas los imponen los niños y las niñas y los jóvenes que participan en la Escuela. Por ejemplo, el tema puede ser que una niña encuentre su voz y, para que encuentre su voz, el proceso comunica-

tivo pasa por el relato de la niña sobre el accidente de su perra a la que una bicicleta la dejó coja. Ese es el tema sobre el cual quiere aprender a hablar y aprender a escuchar su voz y que tiene una voz, y que esa voz tiene un lugar en la esfera pública de su comunidad. Si esos temas se pueden conectar o poner en diálogo con otras temáticas de los movimientos sociales planetarios, nacionales, latinoamericanos, eso es entonces un extra, pero no es el objetivo primario de la Escuela».

No siempre estos medios, los de los movimientos sociales y los comunitarios, se encuentran en sus dinámicas comunicativas; sin embargo, cuando surge una conexión puede haber resultados interesantes. Por un lado, los medios comunitarios, a los que Clemencia Rodríguez denomina *ciudadanos*, están «[...] tratando de convertir a las personas y personitas en ciudadanos y ciudadanas. Están sembrando los ciudadanos que se convertirán en los militantes de Radio Wambra».

Ambos se encuentran en el hecho de que hay una intención de empoderamiento y concientización de la ciudadanía. En ambos se puede aprender a sacar la voz propia o aprender y llegar a ser ese ciudadano *celebrity*, al que se refiere Omar Rincón. Eventualmente, un medio con una agenda hiperlocal, como es el caso de Belén de los Andaquíes, puede llegar a nutrir otro tipo de medios como radio Wambra cuando las personas empoderadas de su voz se conectan con las agendas planetarias del feminismo, de la decolonización, seguridad alimentaria, cambio climático, entre otros temas.

Hay gran diversidad de experiencias y formas de entender lo comunitario en la comunicación. Cada una de ellas recoge y expresa lo que vive una comunidad, sea cual sea. Es en ese gran laboratorio de la comunicación comunitaria donde está la riqueza de hacer de los medios los escenarios de encuentro que quieran lograrse, ya sea desde una comunidad hiperlocalizada, o la suma de muchas comunidades expresadas en organizaciones o movimientos sociales. No existe entonces una única forma de ser y hacer *radio comunitaria*, existen experiencias, expresiones y escenarios diversos que se encuentran en esas maneras propias y diferenciadas de hacer comunicación.

En ese orden de ideas, la escucha del entorno y las voces que surgen cotidianamente de las comunidades, posibilita nutrir y construir agendas conectadas a las vidas y realidades de las personas en las comunidades. Son agendas que expresan potencialmente lo que es relevante para las comunidades, sea cual sea el tema y la forma de narrar.

Para Omar Rincón, escuchar es entender que no somos dueños de la palabra, que la palabra no es de uso exclusivo del medio y plantea algunos aspectos para tener en cuenta alrededor de la escucha: «Que la escucha esté orientada a lograr que el medio se parezca cada vez más a la comunidad y exprese el territorio...»

“ Por ejemplo, si yo voy al Caribe colombiano y el medio comunitario parece de Boyacá, del interior del país, es decir, con una estética alejada del territorio Caribe, me preocupa. Por otro lado, que la escucha sirva para que el medio sea coherente con el plan de vida, como lo denominan las comunidades indígenas, que está directamente relacionado con el proyecto político, pues la comunicación siempre es política... Omar Rincón

Olvidémonos de *que le damos la palabra a la gente, que le damos voz*. La gente tiene su propia voz y el derecho a hablar como se le dé la gana y en la estética que se le dé la gana».

La dinámica del medio cambia cuando el lugar de la escucha no se reduce a ser solo un recurso para la producción de contenidos. La escucha es parte del proceso de transformación del medio, cuando quien escucha se siente interpelado, se siente parte de la historia y se convierte en vocero o vocera de esas historias no contadas. La escucha atenta conecta con la dinámica creativa del medio y exige del colectivo que lo conforma profundizar en las temáticas y hacerlas cercanas a sus audiencias.

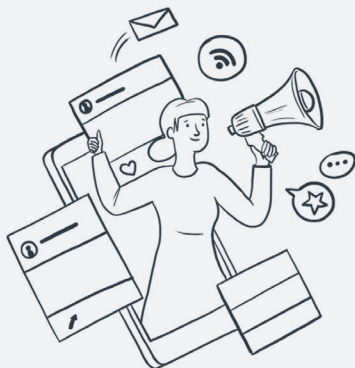
Ana María Acosta coincide en que la escucha es la clave en el proceso de comunicación comunitaria para la transformación de los medios. En Wambra lo experimentaron con la inclusión del tema de poblaciones LGBTIQ en su agenda, tema con el que se encontraron, por primera vez, a partir de la llegada de una periodista trans al colectivo, quien logró, primero como seguidora en las redes sociales de Wambra, llamar la atención del medio en estos temas y luego como parte del medio con la producción de contenidos. Su relación directa con esa realidad volcó la atención del medio hacia una temática que no sentían como propia, y por lo tanto no le daban relevancia, pues es muy difícil fijarse en cosas que no están en el espectro de lo que conocemos:

«Antes de ella, nunca habíamos abordado la situación de las compañeras trans, pero a partir de su llegada, empezamos, por ejemplo, a abordar el tema de la niñez trans y de otros temas que no estaban en nuestro radar, porque ninguno de nosotros y de nosotras conocíamos esa realidad. Con esto no solo cambiaron los contenidos, también cambió la dinámica del equipo de producción y fortaleció a todo el equipo en general. Empezamos a escuchar de otra manera sobre estos temas, a discutirlos, a conversarlos y nos transformó como medio, pues nos obligó a modificar las estructuras y dinámicas internas de trabajo. El cambio también se reflejó no solo en los temas que abordan las realidades de la población LGBTIQ, sino también en la música, en los contenidos culturales, en todos los otros ejes que trabajamos en la radio».

Por otro lado, esa escucha activa, empática y abierta, exige expandir las agendas de los medios comunitarios hacia una comunicación en perspectiva de género, ubicando en un lugar protagónico los temas que pasan por los derechos, las conquistas y las problemáticas de las mujeres, pero también por las producciones creativas y comunicativas que emergen de estos escenarios.

No se trata, en últimas, solo de visibilizar las temáticas, sino de ser parte de esa construcción de realidades y convertirlas en parte esencial del proyecto político comunicativo del medio. Se trata, de acuerdo a Ana María Acosta, de escuchar y conectar con esas nuevas generaciones que están planteando unas temáticas, unas agendas que trastocan y transforman muchas cosas que antes estaban estáticas:

«Nosotros sí le apostamos a hablar de feminismos. Es uno de los temas que quisiéramos poner en las agendas de los medios comunitarios. Eso es para nosotros un periodismo y una comunicación buena, de calidad, completa, más completa de lo que nos han mostrado. Muchas veces se cree que lo que estamos viendo en los medios tradicionales es la perspectiva única. Pareciera que aquí solo se está contando una sola historia, la historia única, y hay un montón de otras historias que no se están contando y eso tiene que ver mucho con lo que el poder quiere que no se conozca, y eso tiene que ver también con cómo contamos esas historias...



Lo popular, la comunidad y el territorio son creativos.

Desaprender los modos narrativos que no se adaptan a lo local.

“Esas historias que están provocando alegrías, resistencias, rebeldías. Una agenda de feminismos en nuestros medios sería desde una perspectiva interseccional. Ana María Acosta

La experiencia de Wambra nos lleva a pensar que, entre más diverso sea un colectivo de comunicación comunitario, más empática y creativa será la comunicación que haga. Esa empatía y creatividad se refleja en la agenda del medio, que no es estática, inamovible, sino que cambia de acuerdo a la relación que el medio pueda desarrollar con sus entornos y en su capacidad de ver y escuchar más allá de lo que alcanza a conocer.

En ese sentido, para Ana María Acosta, mientras más se diversifiquen las personas que son parte del proceso y del equipo, más diversa será esa agenda de temas: «Por ejemplo, la agenda ambiental llegó a Wambra porque fuimos parte del movimiento juvenil, acompañamos a través de la comunicación a las organizaciones que estaban haciendo resistencia en los territorios. Entonces, sí debe haber esa especie de enlace y esa cercanía, ese vivir, esa convivencia, ese estar y trabajar juntos. Todo eso lleva a modificar las agendas de los medios comunitarios».

La apuesta es, entonces, que los medios comunitarios recojan en sus agendas lo cercano y conviertan a la ciudadanía en protagonista de sus narrativas, lograr *la soberanía cultural en las agendas* como lo define Omar Rincón; agendas conectadas a la gente, que sirvan como altoparlantes de sus preocupaciones, pero también de sus celebraciones y formas cotidianas de habitar la vida en comunidad.

Para alcanzar esa suerte de soberanías culturales en las agendas de los medios comunitarios, Omar Rincón propone varias reflexiones:

“Hay que desaprender los modos narrativos que tenemos suscritos, los cuales son normalmente blancos, masculinos y occidentales... Omar Rincón

- 1 Desaprender los modos narrativos que no se adaptan a lo local.
- 2 Habitar la decolonización de uno mismo.
- 3 El "cómo" tiene que ver con modos distintos.
- 4 Que los ciudadanos y ciudadanas ganen autoestima para su vida, que sean "celebrities", las estrellas.
- 5 Tener medios para tener una vida más sabrosa.

1. La crónica, el reportaje, los formatos que tenemos aprendidos se practican como si fueran absolutamente neutros: «Así se hace la crónica, así el reportaje». Entonces habría que desaprender esos modos narrativos de las maneras en que nos dijeron que son, no porque sean malos, sino porque no necesariamente son adecuados para lo que queremos hacer o no le damos las formas propias.
2. Hay que habitar la propia decolonización, es decir la de uno mismo. Y para eso, toca ser autocrítico.
3. Lo más rebelde de la radio y otros medios comunitarios, ciudadanos y territoriales, es lo que he denominado las *ciudadanías celebrities*, que no es otra cosa que el reconocimiento de las personas en la comunidad como protagonistas. El hecho de que una señora del barrio, del municipio, salga en una radio comunitaria contando su vida, compartiendo su música o diciendo lo que quiera, le aumenta su estima para la vida. Tal vez estos temas no sean lo fundamental en materia de derechos de las personas, en comparación con otros que abordan problemáticas como la educación, la economía, salud, entre otros. Sí, estamos tal vez hablando de una ciudadanía leve, frágil, efímera, pero es una *ciudadanía celebrity*, en la que *yo soy la estrella de la vida*. Si los ciudadanos no son las estrellas de la radio comunitaria, entonces ¿de qué sirve?
4. Por último, los medios comunitarios deben servir para *la vida sabrosa*. Para la celebración, para estar y ser parte del

disfrute de las simples cosas de la vida en comunidad, alrededor de las comidas, los rituales, las artes y todo lo que contenga la identidad del territorio. Para eso la radio debe aprender a escuchar y observar el territorio, no desde lejos, sino, siendo parte de la vida en comunidad».

En suma, una *agenda expandida* no se limita en su definición a la amplitud de los temas que la conforman, sino que además implica modos diferentes de armar y de desarrollar esa agenda, de encontrar mecanismos, herramientas y formatos a partir de las necesidades e intereses propios de las comunidades en diálogo con los medios y las dinámicas locales. Ese diálogo entre comunidades y medios es el hábitat de la expansión de la agenda misma, donde se propicia de modo particular esa soberanía cultural de las comunidades.

Hacer sostenible esa conquista plantea otro reto: posibilitar escenarios en los que el diálogo entre comunidades también sea viable y se exprese en la dinámica de medios comunitarios que se juntan o encuentran en su hacer, para mantener un nivel de producción e intercambio colaborativo de contenidos que diversifique y amplíe sus agendas.

Esto plantea una pregunta que invita a seguir dialogando: ¿cómo lograrlo?

Trataremos de aproximarnos a algunas pistas en el próximo capítulo dedicado al tema de las redes de los medios comunitarios.



En Radio Tsinaka de México se suele ir a la calle para captar las opiniones e historias de la ciudadanía..

3.6 De la teoría y reflexión a la práctica

Pregunta guía:

¿Sobre qué estamos hablando desde los medios comunitarios? ¿Cómo lo estamos haciendo?

Testimonios:

Mariana García Sánchez, Juan Gabriel Arrieta Ramos y Sarai Rivadeneyra Morales (Radio Tsinaka, México), Aldo Moro (Radio Sayaxché, Guatemala), Alirio González (Escuela Audiovisual Infantil, Colombia)

Mariana García Sánchez, Juan Gabriel Arrieta Ramos y Sarai Rivadeneyra Morales de Radio Tsinaka, Sierra nororiental de Puebla México⁴⁹

«Nuestro colectivo se llama Radio Comunitaria Tsinaka y tenemos varias temáticas en la radio. Por ejemplo, un programa de salud que se llama Ximonejmachpiaj en náhuatl y que significa *cuidate*. A partir de la educación popular tomamos temas de salud comunitaria, para platicarlos de forma sencilla con las personas a través de un *trialogo* o en versión de radio revista. Otra manera es con el *vox populi*, para que la gente comparta lo que sabe sobre las enfermedades y de esa manera rescatar algunos remedios caseros y tradicionales para tratar algunas enfermedades. En Tsinaka pensamos que la escucha es circular. Como somos de la comunidad y vivimos en la comunidad, pues sabemos lo que está pasando y qué cosas les interesa a las personas escuchar, qué temas y programas están gustando y cuáles no». (Mariana García Sánchez)

⁴⁹ Enlace a sitio web de Radio Tsinaka: <https://radiotsinaka.org/yonkuik>



El equipo de Radio Tsinaka en la preparación de un programa de educación popular.

«También tenemos un programa que se llama Alpetnechikolmej, dedicado a las organizaciones comunitarias de la comunidad y una serie que se llama Ojtokalis, que significa *andanzas*. Con este programa nos trasladamos a las comunidades de donde nosotros no procedemos, y nos cuentan sus historias, qué actividades realizan para su supervivencia, cuál es la forma de vivir. Algo en lo que le gusta mucho a la gente participar es en la historia de cada pueblo o comunidad. Si hablamos de una comunidad y en esa comunidad un señor contó un cuento, a los tres días otros tres señores o señoras nos llaman a decir: «no, ese cuento no es así. Yo le voy a decir el que sí es». Esto nos da mucha cercanía con las personas». (Juan Gabriel Arrieta Ramos)

“¿Cómo abordamos el tema de género? Pues transversal. Tiene que estar en todo.

Sarai Rivadeneyra Morales

Tenemos un espacio de temas de género que se llama Yauitsin y una radio revista sobre territorio dirigida a la familia, y como es en la noche, pues la escuchan las niñas, los niños, jóvenes y también adultos. Y ahí el tema de género lo metemos en todo, vamos hablando desde la tierra, de cómo cultivamos el plátano, el chile, el frijol, de cómo también se defiende el territorio de las hidroeléctricas. Buscamos que haya siempre mujeres dando el testimonio.

Recientemente empezamos a meter temas que antes decíamos que no podíamos hablarlos, porque pensamos que la gente los iba a rechazar, como por ejemplo el tema de la interrupción del embarazo. Decidimos que sí lo tenemos que platicar porque ha habido abortos en la comunidad, en condiciones que ponen en riesgo la salud y la vida de las mujeres. Y todo este movimiento en el país de mujeres que están luchando para que se despenalice el aborto. Entonces sí que tenemos que hablar de esa lucha que están haciendo las mujeres. Y parece que es algo lejano, parece que es algo de la ciudad, de las feministas, porque los otros medios están hablando de las feministas como algo vándalico. Entonces con más razón tenemos que hablar sobre quiénes somos las feministas y de cómo hay feminismo en la comunidad, porque hay muchos feminismos.

Otro tema que también hemos hablado recientemente es el de la violación sexual. Y no verlo como «sí, claro que hay violación sexual» en la calle, en el taxi, pero no solo ahí, también en la casa, en tu pareja. ¿Cómo que por ser la esposa no puedes decir que no? Y hay que nombrarlo como violación sexual. Es difícil encontrar a alguien que te de un testimonio de estos, entonces ahí usamos la dramatización de casos reales para abordar estos temas». (Sarai Rivadeneyra Morales)



Aldo Moro
de Radio Sayaxché
Guatemala⁵⁰

«En la radio Sayaxché, hablamos de temas diversos. Tenemos dos formas de hacer los programas, por un lado, con un grupo de organizaciones a las que se les ha enseñado a hacer radio. Estos programas son en formato de radiorevistas y abordan temas como medio ambiente, derechos humanos, mujeres, niñez y

juventud. Es una de las formas en las que se habla de estos temas por parte de las organizaciones. Por otro lado, también tenemos un equipo de locutores bilingües que hablan en lengua originaria y complementan esa parte de la programación con animación y cápsulas informativas.

También seleccionamos los temas de la agenda de acuerdo a lo que está sucediendo en el lugar, se comparten noticias y otros temas que se seleccionan de acuerdo al mes en el que estemos y según las efemérides.

⁵⁰Enlace a sitio web de Radio Sayaxché:

<https://radiosayaxche917.blogspot.com/>

“La agenda se define con pequeños sondeos para determinar qué quiere conocer la gente. Ese sondeo se hace por llamadas y mensajes de texto con los que la gente puede complementar la información. Los programas se hacen en lengua maya y q'eqchi, así como en español. Aldo Moro



Equipo de Radio Sayaxché durante la emisión de uno de sus programas.



Alirio González
de La Escuela Audiovisual Infantil de Belén de los
Andaquíes
Colombia

«Lo comunitario está en la manera de hacerlo. De mil formatos, de mil maneras, nosotros siempre nos preguntamos: ¿para qué medios comunitarios o medios ciudadanos, alternativos? A mí me parece que lo que hacemos desde ese tipo de medios es intentar formar sociedad, ciudadanía.

“Somos *hiperterritorialidades* y eso muchas veces, por las ganas de ser grandes, nos lo perdemos. Lo chiquitico, el territorio, la cuadra, el vecino y a veces la familia, lo hiperlocal, es lo básico para nuestros medios comunitarios. Alirio González

Usemos, aprendamos a hacer todo, pero hagamos bien el oficio, aprendamos y juguemos a contar historias. Hay que hacer fiesta y hacer alegría, porque somos un continente alegre, divertido, risueño, bailarín».

En mi concepto todos somos comunidad, estamos obligados a vivir en conjunto, pero por ejemplo en el caso de nosotros los colombianos, los medios comunitarios no se vuelven redes, no son cooperativos, no somos sociedad. Estamos muy dispersos en nuestras organizaciones, en nuestras pequeñas comunidades. Entonces, para mí lo que se debe hacer es buscar mil trucos, mil bromas, fiestas, cocinar, sembrar, lo que sea, para generar elementos que nos permitan vernos como sociedad.



Alirio González en su trabajo con niñas y niños de la Escuela Audiovisual Infantil formando lo que él llama "lo hiperlocal, lo básico para medios comunitarios".



- Los medios comunitarios hablamos de muchas cosas y muchos de esos temas necesitan ser hablados. Hay historias que no se cuentan porque el poder no quiere que se conozcan. Esas historias tenemos que contarlas. (Acosta)
- Hay generaciones jóvenes trastocando lo que estaba estático en las agendas públicas. (Acosta)
- En las agendas hay que hablar de feminismos, eso significa hacer comunicación completa, de calidad. (Ana María Acosta)
- Lo importante no es *qué pensar* sino *cómo*: cómo narrarlo, cómo pensarlo. En eso, en el *cómo*, lo popular, la comunidad y el territorio son muy creativos. El *cómo* tiene que ver con modos distintos. (Rincón)
- Hay que mirar primero al territorio. De los lenguajes y miradas del territorio es que debe nutrirse la comunicación. (Rincón)
- Hay que cambiar formatos, generar diálogos interculturales, enfatizando en el *cómo*. (Rincón)

Resumen de ideas, preguntas y retos

1. Narrativas en los medios comunitarios: ¿sobre qué hablan los medios comunitarios? ¿Cómo lo están haciendo?

- Nos enseñaron a repetir que los medios solo tenían tres funciones: informar, educar y entretener. Eso hay que desaprenderlo, pues es muy viejo. Hay una paleta de usos y apropiaciones de las tecnologías que va más allá de esas tres funciones. Es ahí donde hay que expandir la agenda, sobre la multiplicidad de usos de los medios en las comunidades. Hay que readaptar, reinventar, *rehibridar*. (Rodríguez)
- Las experiencias de medios comunitarios que conectan y se ganan la confianza y lealtad de sus comunidades son las que miran al territorio antes de hacer comunicación. (Rodríguez)
- Los comunicadores y las comunicadoras son etnógrafos y etnógrafas. (Rodríguez)

2. ¿Cuáles aportes hacen los medios comunitarios con sus agendas locales a la construcción de agenda en contextos globales?

- La comunicación comunitaria donde puede aportar es en lo local, en pequeños niveles, en el territorio, porque estamos anclados a un territorio. ¿Por qué creemos que pensar en grande es mejor? Sí, obvio, debe haber un diálogo global, pero el lenguaje, la narrativa, los colores, acentos, deben ser locales, sin descartar formatos. (Rodríguez)
- La comunicación de medios comunitarios no termina con el medio, comienza con el medio, pero se extiende, sigue de otras formas: interpersonal, comunitaria. Lo mediático es apenas una pequeña parte del proceso. (Rodríguez)
- Sí, hay que mirar desde adentro, pero sin dejar de lado la disputa de lo grande. Hay que pelear contra esa idea de que el medio comunitario y lo local es pequeño, pobre, marginal. Lo comunitario puede incidir en otros públicos. (Acosta)

Chimamanda Ngozi Adichie habla de cómo contar otras historias, que no se cuentan, porque el poder no quiere que se conozcan y tenemos que contarlas.



Lo comunitario puede incidir en otros públicos

- La comunicación comunitaria debe seguir generando lazos, trenzas de articulación entre las distintas luchas para que no sean o se conviertan en islas. (Acosta)
- Hay que apostar por explorar la combinación del lenguaje local con formatos como YouTube y otros recursos a los que la gente se dirige. Es decir, usar los formatos, los medios, las herramientas que estén a la mano, y adaptarse a las que vayan surgiendo, desde el conocimiento propio y compartido. (Acosta)
- Los medios comunitarios y sus agendas deben propiciar que la ciudadanía gane autoestima para su vida, que sea *celebrity*, la estrella del medio. (Rincón)
- En lo comunitario no puede faltar el humor y hay que tener medios para tener una vida más sabrosa. (Rincón)
- Tenemos que desaprender modos narrativos que se aprenden de manera "neutra", porque no son apropiados para lo que tenemos que hacer en los medios comunitarios. Para reformatear esas maneras aprendidas de narrar habría que habitar la decolonización de uno mismo. (Rincón)

3. Soberanías temáticas, ¿existen? ¿Qué lugar ocupa en la construcción de agendas el ejercicio de la escucha?

- Un punto ciego que tenemos tiene que ver con meter todo en el mismo cajón: medios comunitarios son muchas cosas muy diferentes; es importante diferenciarlos. Por ejemplo, las metas comunicativas son distintas entre un medio comunitario y un medio de movimientos sociales. (Rodríguez)
- Los temas de movimientos sociales no son determinantes en un medio comunitario como la Escuela Audiovisual Infantil de Belén de los Andaquíes, sino los que el medio identifique en su comunidad, sus comunidades son las que imponen los temas, puede que se conecten con ellos, pero no son su objetivo primario. (Rodríguez)
- Si las personas nos oyen en la radio, usamos la radio; si el medio son las señales de humo, haremos señales de humo. (Acosta)
- La escucha determina los temas, los contenidos y las formas de narrarlos, y cambia la dinámica del medio. Pasar de ser seguidor, oyente, a ser productor, creador. (Acosta)
- Entre más diverso sea el equipo que hace el medio, más diversa es la agenda. (Acosta)
- Más que soberanías temáticas hay soberanías culturales. La lucha por la soberanía cultural en las agendas es por la enunciación, quién enuncia y desde qué lugar lo hace: más ciudadanos y ciudadanas enunciando. La comunicación siempre es política. (Rincón)
- Es fácil decir que se practica la escucha, pero es difícil llevarlo a la práctica. Hay que escuchar para oír y para narrar. Para eso la radio debe aprender a escuchar y a observar el territorio, no desde lejos, sino siendo parte de la vida en comunidad. (Rincón)
- Hay que cambiar formatos, generar diálogos interculturales, enfatizando el cómo. (Rincón)

Agendas Expandidas

Diálogos Intergeneracionales de Comunicación Comunitaria



Uni Temple
Clemencia

Lucha por la
enunciación

Desaprender sobre el rol establecido de los medios

Los medios no hacen pensar a la gente, sino que determinan sobre qué piensa la gente. Eso hay que desaprenderlo, pues es muy viejo, de cuando los medios solo tenían tres funciones: **informar, educar y entretener** y hay que exorcizarlo.

Reinventar el uso de
los medios

Readaptar - Reinventar
Rehibridar

El video como testigo

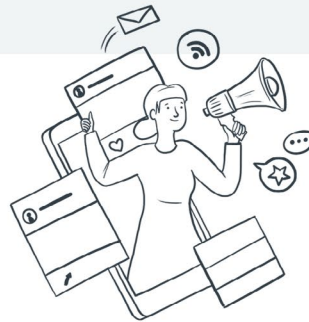
El uso del video como testigo de negociaciones del estado con las organizaciones indígenas, el video del ritual, que dura las diez horas del ritual.

Comunicación
performativa



Uni de los Andes
Omar

Lo importante no es qué pensar sino cómo: ¿cómo narrarlo?, ¿cómo pensarlo...?



Lo popular, la comunidad y el territorio son creativos.

Desaprender los modos narrativos que no se adaptan a lo local.

Crear una red de medios
genera confianza

Escuchar es fácil de decir y difícil de hacer: hay que escuchar para oír y narrar.

La comunicación
siempre es política

Hay que cambiar formatos, generar diálogos interculturales, enfatizando en los **"cómo"**.



WAMBRA
Ana María

Hablar de temas necesarios. Hay generaciones de jóvenes trastocando lo que estaba estático. En las agendas hay que hablar de feminismos, eso significa hacer comunicación completa, de calidad.

Chimamanda Ngozi Adichie habla de cómo contar otras historias, que no se cuentan, porque el poder no quiere que se conozcan y tenemos que contarlas.



Lo comunitario
puede incidir en
otros públicos

La escucha determina los temas y las formas de narrarlos, **cambia la dinámica del medio** y del equipo de trabajo.



¿De qué hablan los medios comunitarios?

La comunicación comunitaria debe seguir generando lazos, trenzas de articulación entre las distintas luchas, que no sean islas.

Es importante diferenciar a los medios. Cada uno tiene una meta diferente.

Comunicación de medios comunitarios no termina con el medio, comienza con el medio pero se extiende, sigue de otras formas: interpersonal, comunitaria... lo mediático es apenas una pequeña parte del proceso.

Experiencias de medios comunitarios que conectan y se ganan confianza y lealtad de sus comunidades son las que miran al territorio antes de hacer comunicación.



Temas de movimientos sociales no son determinantes en un medio comunitario, sino los que el medio identifique en su comunidad, sus comunidades son las que imponen los temas, puede que se conecten con ellos pero no son su objetivo primario.

Comunicadoras y comunicadores son etnógrafas y etnógrafos.



El lenguaje de la narrativa debe ser local

El territorio es primero

Sin descartar formatos

1 Desaprender los modos narrativos que no se adaptan a lo local.

2 Habitar la decolonización de uno mismo.

3 El "cómo" tiene que ver con modos distintos.

4 Que los ciudadanos y ciudadanas ganen autoestima para su vida, que sean "celebrities", las estrellas.

5 Tener medios para tener una vida más sabrosa.



Debemos luchar contra la idea de que los medios comunitarios no son sostenibles.



Es importante aprender a adaptarnos a nuestro público, a los distintos formatos y circunstancias que surjan.



Entre más diverso sea el equipo, más diversa es la agenda.

CAPÍTULO IV

Enredando redes

En este capítulo hablaremos sobre las redes de medios comunitarios en América Latina. No tenemos la pretensión de hacer un análisis riguroso de las estructuras, queremos aproximarnos a sus modos de conformarse, mantenerse y transformarse como espacios de intercambio de saberes y prácticas.

No buscamos hacer una descripción de lo que han sido las redes pioneras y supralocales, pero sí queremos entender el lugar que ocupan hoy en las dinámicas del día a día de los medios comunitarios, especialmente en tiempos en los que se experimenta la emergencia de otras formas de hacer redes.

Un diálogo con Jorge Guachamín (Ecuador), Mónica Valdés (Colombia), Karla Lara Laguna (Nicaragua) y aportes de Ernesto Lamas (Argentina).

Karla Lara Laguna

Nicaragua

Comunicadora social y ex-directora del Dpto. de Ciencias de la Comunicación, UNIVERSIDAD CENTRO-AMERICANA

Mónica Valdés

Colombia

Vicepresidenta en América Latina y Caribe de la ASOCIACIÓN MUNDIAL DE RADIOS COMUNITARIAS (AMARC)

Jorge Guachamín

Ecuador

Secretario ejecutivo de la COORDINADORA DE MEDIOS POPULARES Y EDUCATIVOS DEL ECUADOR CORAPE

Ernesto Lamas

Argentina

Profesor en la UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES



4.1 Perfiles de conversadores y conversadoras



Jorge Guachamín

Licenciado en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional, con once años de experiencia en fortalecimiento de medios comunitarios en América Latina. Actualmente es secretario ejecutivo de la Coordinadora de Medios Populares y Educativos del Ecuador CORAPE⁵¹, una red nacional de medios comunitarios en Ecuador, con más de cien medios comunitarios afiliados. Es gerente de Urpiku Publicidad,⁵² la primera agencia de comunicación comunitaria de Ecuador.



Mónica Valdés

Periodista, comunicadora y antropóloga colombiana. Productora radiofónica, investigadora especializada en usos educacionales, creativos y sociales de las Tecnologías de Información y Comunicación, TIC, animadora de procesos de organización de redes y producción colaborativa de contenidos. Especializada en procesos de memoria y verdad histórica, participación y narrativas con perspectiva étnica y de género, procesos de conflicto y derechos humanos. Vicepresidenta de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC, en América Latina y el Caribe⁵³, y miembro del Centro de Producciones Radiofónicas (CPR)⁵⁴, un colectivo de producción, investigación, experimentación y capacitación en radio.



Karla Lara Laguna

Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Centroamericana (UCA). Máster en Marketing y Comunicación por la Universidad de Valencia, España. Fue directora del Dpto. de Ciencias de la Comunicación de la UCA entre 2015 y 2021. Se ha desempeñado como periodista en televisión, productora audiovisual y asesora de estrategias, planes y campañas de comunicación. Es miembro del grupo de trabajo Comunicación, Política y Ciudadanía del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, CLACSO⁵⁵, de la Asociación de Estudios Latinoamericanos, LASA⁵⁶ y de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC⁵⁷.



Ernesto Lamas

Comunicador y docente argentino. Cofundador de FM La Tribu⁵⁸, una radio comunitaria y colectivo de comunicación y cultura en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina, de la que fue director hasta 1997. Es docente en el programa de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Buenos Aires. Fue presidente de la región América Latina y Caribe de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC (1997-2000). Contribuyó en la elaboración de los 21 Puntos básicos por el Derecho a la Comunicación (2004)⁵⁹, impulsados por la Coalición por una Radiodifusión Democrática⁶⁰. Fue impulsor de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina y desde 2019 es director del Área de Medios Comunitarios del Observatorio Latinoamericano de Regulación de Medios y Convergencia, OBSERVACOM⁶¹.

⁵¹ Enlace a sitio web de CORAPE: <https://corape.org.ec/satelital/>

⁵² Enlace a sitio web de la agencia Urpiku Publicidad: <http://urpiku.com>

⁵³ Enlace a sitio web de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias AMARC-ALC: <https://amarcalc.org>

⁵⁴ Enlace a sitio web del Centro de Producciones Radiofónicas CPR: <https://cpr.org.ar>

⁵⁵ Enlace a sitio web del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales CLACSO: <https://clacso.org>

⁵⁶ Enlace a sitio web de la Asociación de Estudios Latinoamericanos LASA: <https://lasaweb.org/es/>

⁵⁷ Enlace a sitio web de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación ALAIC: <https://alaic.org/site/>

⁵⁸ Enlace a sitio web de FM La Tribu: <https://fmlatribu.com>

⁵⁹ Enlace a documento Hacia una nueva Ley de Radiodifusión. 21 puntos básicos por el Derecho a la Comunicación. Recuperado el 21.08.2021 de: <https://telam.com.ar/advf/imagenes/especiales/documentos/2012/11/509435587ec92.pdf>

⁶⁰ Ver más información sobre la Coalición por una Radiodifusión Democrática en: https://es.wikipedia.org/wiki/Coalición_por_una_Radiodifusión_Democrática

⁶¹ Enlace a sitio web del Observatorio Latinoamericano de Regulación de Medios y Convergencia OBSERVACOM: <https://observacom.org>



Lluvia de palabras que surgen al conectar el tema redes y medios comunitarios: Tejer, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica ALER, articulación, Red Panamazónica, simai¹, Red Rimay², Asociación ASEC³, intercambio, organización, Red de Comunicadores

Boca de Polen⁴, reciprocidad, unión, Movimiento de Artistas Mayas Ruk'u'x⁵, caminos, fortalecimiento, compromiso, Red de Radios Jesuitas de ALC, construir, amistad, Asociación Mundial de Radios Comunitarias AMARC, visión política, baile, red de la cosa, compartir, Red del Cuidado Común⁶, diversión, tejidos, fuerza, sinergia, raíz. Fuente: miro.com

¹ Simai es una palabra en lengua chipaya que significa la palabra o la lengua. El chipaya es una lengua hablada en las estepas del Salar de Coipasa en el departamento de Oruro en Bolivia.

² La Red RIMAY es la Red Intercultural de Maestros de Ayaviry en Bolivia, que tiene como objetivo recuperar y fortalecer la Educación Intercultural. Se encuentran en Facebook como @RED.RIMAY.

³ La Asociación de Servicios Educativos y Culturales, ASEC, es una organización guatemalteca sin ánimo de lucro fundada en 1970. Enlace a sitio web de ASEC: <https://asec.edu.gt/index.php>

⁴ La red de comunicadores Boca de Polen trabaja en proyectos de comunicación con pueblos indígenas y organizaciones campesinas del Estado de Chiapas, México. Enlace a sitio web de la red: <https://bocadepolen.org>

⁵ El Movimiento de Artistas Mayas Ruk'u'x, es un colectivo integrado por más de cien artistas indígenas de Guatemala. Enlace a artículo *Ruk'u'x, resistir desde y con el arte* (2018), publicado en el sitio web Plaza Pública, recuperado el 21.08.2021: <https://plazapublica.com.gt/content/rukux-resistir-desde-y-con-el-arte>

⁶ La Red del Cuidado Común es una plataforma que articula iniciativas de apoyo, cuidado y economía ciudadana en Colombia. Se encuentran en Facebook como: @RedCuidadoComun.

4.2 Antes de empezar a conversar

¿Para qué se juntan los medios comunitarios? ¿Qué ventajas trae el trabajar en redes? Las repuestas son varias, pero en algo se coincide: si hay algo en lo que los medios comunitarios en América Latina tienen gran experiencia, es en el ejercicio de crear redes.

La palabra red tiene, según el diccionario de la RAE, varios significados: aparejo hecho con hilos, alambres, cuerdas, trabados en forma de mallas y convenientemente dispuesto para pescar, cazar, cercar, sujetar, etc.

Una red es también *un conjunto de personas relacionadas para una determinada actividad o un conjunto de elementos organizados para un fin determinado*. Esas definiciones varias recogen elementos que ayudan a visualizar en parte lo que las redes

significan para las experiencias de comunicación comunitaria y lo que las ha llevado a juntarse y tejerse como mallas que resisten, con toda la variedad de hilos que aporta cada una.

Alejandra Carrillo Olano, de la Red Boca de Polen de México, lo plantea así: «Las redes aparecen todo el tiempo en las radios porque las radios mismas tienen ese espíritu de la red, que es el trabajo con el otro y la otra. En ese sentido es casi natural participar en las redes. ¿Y cuándo se es parte de una red? Cuando se necesita. No se está en una red porque sí, sino cuando es necesario».

Las redes son para los medios comunitarios, escenarios en los que se definen estrategias políticas, espacios de creación



conjunta para impulsar la sostenibilidad, sus agendas, sus luchas por el derecho a la comunicación y la información, pero también espacios para el encuentro y aprendizaje de las experiencias diversas contenidas en cada medio y comunidades creadas alrededor de la comunicación con sentido comunitario.

En ese entramado de hilos simbólicos, algunas redes son más presentes que otras, algunas han ganado estatus de organizaciones con trayectorias, otras se han consolidado y han ganado espacios de representatividad como gremio, otras más se forman y disuelven según van cumpliendo su objetivo.

Para algunos pueblos originarios indígenas, las redes son simbolizadas a manera de tejidos que a su vez representan los procesos de la denominada *comunicación propia*. Una manera de entenderlo es la forma como el pueblo nasa en el norte del Cauca colombiano concibe la estructura de su propio tejido de comunicación: un tejido conformado por tres elementos fundamentales representados en los hilos, nudos y huecos de una mochila. Dora Muñoz, comunicadora nasa, lo explica:

“ Los hilos son las herramientas por donde circula la información. Para los pueblos indígenas la comunicación no está limitada a los medios tecnológicos, hay diferentes formas de comunicación que empiezan con el uso de la lengua originaria, que pasa por los espacios de la comunicación propia, que representa nuestra comunicación con la naturaleza,

la cosmovisión, la identidad, la cultura y la espiritualidad... Dora Muñoz

La tecnología es solo una herramienta. Los nudos somos las personas que hacemos esa comunicación. Los comunicadores indígenas somos nudos que llevamos esa comunicación a nuestras comunidades. Hay nudos internos y externos, estos últimos, los externos, son los que posibilitan dar a conocer nuestros procesos y realidades por fuera de nuestra comunidad. Los huecos son las asambleas, las mingas, las reuniones y espacios propios donde se analizan y debaten temas y a partir de estos intercambios se toman decisiones en la comunidad».⁶²

Otras formas de redes en el escenario de la comunicación comunitaria son las consideradas como fundacionales. Dos referentes de este tipo de redes, que aparecen en primera instancia al hacer un recorrido rápido por la historia de las radios comunitarias en América Latina, son AMARC-ALC, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias para América Latina y el Caribe, y ALER, la Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular. En ellas está contenida gran parte de las memorias de los procesos de miles de emisoras comunitarias en Latinoamérica y de sus conquistas alrededor de la democratización de la comunicación y la comunicación como derecho.

Estas redes son, sin duda, un referente vigente en las que se agrupan experiencias de todo tipo de comunicación comunitaria que reconocen en estas organizaciones el gran aporte hecho al sector comunitario de los medios.

Ernesto Lamas, quien fue vicepresidente regional de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias para América Latina y el Caribe, AMARC-ALC, entre 1997 y 2000, y luego coordinador regional entre 2003 y 2011, nos cuenta sobre una de las fases de AMARC-ALC y nos aproxima a la historia y perfil de una organización que sigue siendo referente en las redes de medios comunitarios: «En los ciclos habituales que viven las redes, me tocó una etapa de refundación de la red. Lo hicimos colectivamente con representantes nacionales de 19 países de América, un consejo regional muy comprometido y programas de trabajo entre los que estaba: comunicación, formación, gestión, legislaciones. Hicimos *Onda rural* y un programa compartido con ALER, que es una red hermana, que se llamaba *Ritmo Sur*. Ese programa fue un trabajo unitario de las dos redes con varias líneas de acción. Publicábamos en la *Revista Cara y Señal*⁶³ y

⁶² Entrevista realizada a Dora Muñoz por Patricia Rendón. Fecha: 13.04.2012. Lugar: Cartagena, Colombia.

⁶³ Enlace a sitio web Radioformateca en el que se encuentra un compilado de la Revista Cara y Señal de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC. Recuperado el 21.08.2021 de: <https://radioformateca.wordpress.com/2013/11/02/cara-y-senal-1-a-11/>

estaba en funcionamiento la Agencia de Noticias *PULSAR*⁶⁴ que producía contenidos para radios desde el año 95 en audio y por escrito. Con AMARC organizamos *AMARC10* que fue la Asamblea número 10 de la asociación, que tuvo lugar por primera vez en América del Sur y reunió a cientos de comunicadores de radios comunitarias de 110 países».

AMARC fue creada en 1983 como un espacio de encuentro y acción colectiva del movimiento de medios comunitarios. En su sitio web oficial se puede leer el lema *Radios comunitarias para un mundo mejor*, que recoge el sentido de esta red a la que se integran más de tres mil medios en todo el mundo. Es una red «para profundizar la concepción y el papel de las radios comunitarias como espacios de ejercicio de la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y el pluralismo».⁶⁵

Otra red fundacional de radios comunitarias es la Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular, ALER. En 1972 un grupo de 18 emisoras de la iglesia católica toma la decisión de asociarse a partir de la tarea común de la alfabetización en el campo y la educación popular⁶⁶ para reducir la brecha de la pobreza en América Latina.

Sin duda, ambas redes han vivido procesos interesantes de transformación desde su creación. Es una larga historia como organizaciones, y también larga la lista de los logros en materia de derechos y aportes que desde AMARC y ALER se han hecho al sector de los medios comunitarios. No es la intención abordarlos en detalles, pero están presentes de manera transversal a lo largo de este texto en el que se busca tejer una conversación de experiencias diversas de redes y miradas en el contexto actual de los medios comunitarios.

En esta conversación nos acompañan, con sus experiencias y reflexiones, Jorge Guachamín de Ecuador, Mónica Valdés de Colombia, Karla Lara Laguna de Nicaragua y Ernesto Lamas de Argentina. Nos proponemos cruzar apartes del diálogo sostenido, con los testimonios de representantes de algunos medios y colectivos de comunicación de América Latina para extraer pistas que nos permitan situarnos en el lugar que las redes ocupan hoy en clave de futuro.

⁶⁴ La Agencia Informativa Púlsar es una agencia de noticias radiofónicas, que facilita a emisoras comunitarias el acceso a información y noticias de América Latina. Fue creada en 1995 como iniciativa de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, América Latina y Caribe (AMARC-ALC). Actualmente la Agencia Púlsar está activa en Brasil. Ver más en enlace a sitio web de Agencia Púlsar: <https://agenciapulsarbrasil.org>

⁶⁵ Enlace a sitio web de AMARC-ALC: <https://amarcalc.org>

⁶⁶ Enlace a sitio web de ALER: <https://aler.org/node/1>

Las redes son espacios de encuentro físicos y digitales, de las cuales se puede aprender e inspirarse para hacer mejor comunicación.

Brindar el apoyo que ayuda a enfrentar las dificultades, apoyar en la gestión, crear espacios de formación, apoyar con compras al por mayor.



4.3 Punto de partida: enredándonos en las redes de medios de comunicación comunitaria en América Latina

En términos generales, las redes de medios comunitarios en América Latina podrían ubicarse en dos niveles. Por un lado, un nivel que involucra una dinámica más cotidiana y cercana, y otro de orden programático.

En el primer nivel entran las dinámicas propias de los medios y colectivos de comunicación comunitarios en términos de su *día a día*. Para Jorge Cano, cofundador del medio digital comunitario Wambra y la fundación El Churo en Ecuador, en el primer nivel de concepción de las redes juega un rol importante el intercambio de información que se genera en los medios comunitarios:

“ Las redes son fuentes informativas propias en cada territorio. Esto permite mantener vivo el trabajo colaborativo y de intercambio de información, lo que nos ayuda a informar y saber cuáles son los criterios, posiciones o lecturas frente a problemáticas sociales, cuál es el contexto en cada país, territorio, comunidad y colectividad.”⁶⁷ Jorge Cano

En este nivel podríamos ubicar también las agendas expandidas que, por los intereses y sectores sobre los que se orientan, son transversales y no necesariamente fijas, generando otras formas de redes más orientadas a los intereses y temáticas.

⁶⁷ Apartes de la intervención de Jorge Cano en la sección de trabajos en grupo en el marco del encuentro DICC dedicado al tema de Redes y medios comunitarios. Realizado de manera virtual el 10.12.2020.

Construir de manera colaborativa, sostenibilidad, formación, son ejes fundamentales de ser parte de las redes, propiciando estar todos en el mismo nivel.

¿Qué es lo que tengo? ¿Qué es lo que puedo dar?



Frente a la rotación del personal en los medios, participar de las redes tiene sentido, la cooperación conjunta es una fortaleza.

Un ejemplo actual de esta configuración de redes de sentidos transversales son las agendas de los movimientos feministas y los temas asociados a las luchas de las mujeres por la conquista y defensa de sus derechos. En opinión de Jorge Cano, es en este tipo de agendas donde las redes se han sostenido mucho más, pues «generan articulación y sinergia en la elaboración de contenidos».

El segundo nivel que se identifica es un nivel programático, orientado en los enfoques de las redes, sus objetivos y líneas de acción en espacios de intercambio, gestión a nivel macro y de incidencia en agendas regionales hacia conquistas políticas en pro de la democratización de la comunicación.

Mónica Valdés, vicepresidenta de AMARC-ALC, agrega dos niveles de diferenciación al momento de entender las redes. Por un lado, un nivel místico relacionado con el sentirse y ser parte de algo, de tener claro que, aunque los medios son hiperlocales, hacen parte de una red internacional que los incluye en una comunidad de intereses comunes, y, por otro lado, un nivel pragmático orientado a la solución de problemas en los medios: «En el nivel místico la idea de la pertenencia cobra un valor. El lema de AMARC, *Voces locales de alcance global*, habla de eso, de cómo nuestra voz local puede tener un alcance global si está en red. Y hay otro nivel que son los temas pragmáticos, de solución a problemas de los medios que la red ayuda a solucionar. En ese sentido existe o se activa la red cuando hay un problema, mientras no haya un problema puede pasar que la red no se active...

“ Por ejemplo, cuando se ataca a una emisora, o cuando se pierde la garantía de un derecho, como está pasando en Uruguay, donde hay una legislación, con la que creíamos ya se había ganado un derecho, pero con el cambio de gobierno, todo cambió. Ahí se activa la red y se convierte en un espacio de eco, de protección, de amplificación. La red puede visibilizar la problemática y con eso ayuda a proteger al sector de medios comunitarios. Mónica Valdés

En este segundo nivel pragmático entran también, en opinión de Mónica Valdés, las redes que se conforman a partir de una razón de proximidad subregional, determinada por la ubicación geográfica del medio. Este nivel de proximidad subregional genera alianzas en los territorios entre redes cercanas por ubicación espacial y redes de sentido por interés: «Es decir, yo como medio, pertenezco a una red en el Cauca en Colombia, pero además estoy en una red de medios comunitarios indígenas, y al mismo tiempo en una red que trabaja en los temas de género y hace parte la red de reporteras feministas. Entonces, ahí se busca estar en red porque se comparte un sentido político».

Esa necesidad casi natural de la pertenencia, pero también la necesidad de poder resolver y solucionar bajo un sentido de solidaridad inherente a lo comunitario, motiva el juntarse en redes. Las luchas comunes dan sentido a las redes, las orientan y construyen. En este sentido, las redes son espacios ideales para mirarse en colectivo, reconocerse en las diferencias, complementarse en los avances, capacidades y oportunidades, pues sea cual sea el nivel o motivación de su constitución, las redes impulsan y visibilizan a actores con objetivos comunes.

Un diagnóstico realizado en 2019 por la Red de Radios Jesuitas⁶⁸ en Nicaragua entre las redes y medios que la conforman, arrojó que las motivaciones de quienes se afilian o se integran a las redes están orientadas a las personas, al vínculo con el ser, al estar cerca del otro, y no principalmente está determinada por los temas en los que se trabaja, aunque estos también se cuentan entre las razones para ser parte de una red.

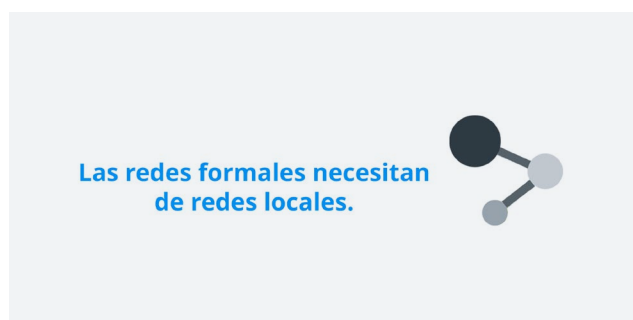
Karla Lara Laguna, comunicadora y académica nicaragüense, quien hizo parte del diseño del diagnóstico, señala que la motivación para crear redes se explica en la posibilidad de encontrar espacios para el intercambio de saberes, pero, sobre todo, en la necesidad inherente del ser humano de pertenecer a algo:

⁶⁸ La Red de Radios Jesuitas ALC es una red que reúne más de 100 radios comunitarias en varios países de América Latina y el Caribe. Enlace a sitio web de la Red: <https://radiosjesuitas.org>

«Evidentemente para nosotros como seres humanos, como sociedad, hay casi siempre una importancia y necesidad de pertenencia, de ser parte de algo. Por eso, trabajar en redes es algo que nos motiva...

“ **Al final terminamos encontrando nuevos temas, elementos y causas comunes que nos hacen trabajar en red, y cuando empezamos a tejer la red, nos damos cuenta de que no somos tan diferentes como creíamos inicialmente.** Karla Lara Laguna

En diálogo con la naturaleza de su origen con sentido social y comunitario, los medios, y en específico las radios comunitarias, cumplen un rol donde prevalece la solidaridad, el vínculo con las comunidades, el hacer radio para ejercer ese derecho a la comunicación y también para intentar transformar realidades en sus entornos. Estas características son las movilizadoras de la creación de las redes.



Ernesto Lamas, quien ha sido parte de varios procesos de formación y gestión de redes de radios y medios en América Latina, pone un ejemplo esencial de cómo las radios comunitarias en América Latina se ven volcadas a generar redes de orden orgánicas en contextos en los que se requiere resolver y atender necesidades urgentes, como ocurre en la situación actual de pandemia. Especialmente es en estas coyunturas en las que se evidencian las cualidades históricas de las radios comunitarias y sus redes: «Las características ya conocidas de las redes comunitarias, accesibles, de propiedad social, con agendas alternativas, con participación comunitaria, sin finalidad de lucro, se profundizaron en esta crisis y algunas de las cualidades históricas tomaron más valor, que sean locales, que sean abiertas, que sean contrahegemónicas, que sean educativas, enredadas y transformadoras en un momento, en una situación de crisis, son cualidades que se realzan y que se pueden visibilizar mucho más».

Esto se explica, según Ernesto Lamas, porque las radios comunitarias no son solo medios de comunicación, sino también proyectos políticos que le apuestan a fortalecer la democracia

y contribuir a la construcción de un sistema social más justo: «Las redes en las que se agrupan las radios son coherentes con esa misión de los medios comunitarios que promueven lazos solidarios y la articulación entre los proyectos para una construcción común, en la que no hay una competencia entre las radios, sino más bien complementariedad».



En los niveles de las redes de orden pragmático y programático caben casi todas las redes conformadas en América Latina. Dos de estas, ya mencionadas, ALER y AMARC, existen desde hace más de cuatro décadas, lo que significa un acumulado en términos de saberes organizativos y de gestión, que implica fases de refundación, crisis, pausas y reactivaciones.

Redes de este orden son parte de la memoria política de un movimiento de comunicación popular y comunitario que sigue vigente en América Latina.

También es importante tener en cuenta que las estructuras de redes en este orden transmiten de generación en generación prácticas y aprendizajes en lo organizacional. En este sentido, identificamos dinámicas en las que redes o agremiaciones de medios comunitarios empiezan a cuestionarse los modos de funcionamiento y de operación interna de sus estructuras.

Un ejemplo de esto es CORAPE, la Coordinadora de Medios Populares y Educativos del Ecuador. Jorge Guachamín, secretario ejecutivo de CORAPE, opina que hay que tomar en cuenta las actualizaciones o rotación de las personas que integran la red, con respecto a las líneas políticas comunicativas de las redes, así como impulsar procesos de cooperación entre los medios que las integran: «Hemos encontrado que el tema de los procesos de rotación de personal de dirección, y de la parte organizativa detrás de los medios de comunicación comunitarios, van cambiando y creo que eso es lo que nos lleva, como coordinadoras de medios o de redes, a estar reactivando todo el tiempo estos sentidos de cooperación conjunta y de unirnos alrededor del sentido de lo comunitario...

“ **En CORAPE, debemos generar espacios para que nuestras afiliadas y nuestras socias se sientan parte de esa construcción en las diferentes líneas**

de trabajo que tenemos, en producción de contenidos, de capacitación y sostenibilidad. Una red no debe verse en forma piramidal, sino más bien como una construcción horizontal. Jorge Guachamín

Las redes entonces, en sus diferentes modos de comprenderse, posibilitan comúnmente escenarios de reflexión que permiten mantener activas dinámicas diversas de comunicación. No es solo un asunto de operatividad, sino de sentidos. En esa comprensión de la red como espacio de encuentro con el otro, lo comunitario se revitaliza y se refleja en el quehacer cotidiano de los medios y colectivos de comunicación.

4.4 ¿Cómo es el estado de las redes de medios comunitarios en América Latina hoy?

Un punto de partida para dar respuesta a esta pregunta sobre el estado y rol de las redes de medios de comunicación comunitarios que existen en Latinoamérica, puede ser otra pregunta acerca de la sostenibilidad: ¿qué mantiene activas las redes?, ¿cómo crean sentido e incidencia?

Para Mónica Valdés, el estado natural de las redes es el de *surfear* las crisis, refundarse constantemente, pues una de las características principales de estas formas organizativas es el estar conformadas por voluntarios y voluntarias, lo que implica una agencia de recursos humanos, recursos de orden financiero, recursos comunicativos y recursos políticos para mantener su vigencia.

Esta gestión recae casi siempre en manos de quienes representan las redes, lo que genera un nivel de exigencia alto para quienes asumen el rol de representación de las redes, en especial las de un nivel programático y pragmático: «Creo que se vive en un constante altibajo. Por un lado, porque los socios de las redes están en su propia búsqueda de sostenibilidad y de vigencia, y a veces les alcanza el esfuerzo solo para un recurso, pero no para agenciar para todos. [...] Pero, no podemos nunca darlas por muertas porque frente a una crisis se reactivan muy rápidamente. Tampoco podemos decir que alguna red está en un punto muy alto de fortaleza, porque cualquier hecho, el más mínimo, la hace vulnerable, por ser una red que se empuja con mucho esfuerzo, con mucho voluntariado y con debilidades constantes en términos de sostenibilidad, no únicamente financieras, sino también de sostenibilidad política».

Frente a este punto que aborda Mónica Valdés de la sostenibilidad política de las redes, Jorge Cano plantea que hay una constante necesidad de articulación de las redes, pero también existe un vacío en lo programático que se ha extendido y evidenciado en las últimas dos décadas. Este letargo programático tiene, de acuerdo a Jorge Cano, explicación en el contexto político y de representación política en el continente en los últimos quince años: «Podríamos ubicarlo en el espacio

temporal desde inicios del 2000 en diálogo con varios cambios en la agenda y representación política en Venezuela, Bolivia, Ecuador, México, Paraguay y Argentina. Muchos de los liderazgos de este tejido en redes le apostaron a fortalecer la política pública, pero dejaron de atender otros espacios o no se siguieron articulando. [...] Es importante identificar qué están pensando las redes de comunicación comunitaria para la siguiente década o para el siguiente quinquenio. Redes como ALER o como AMARC siempre se pensaban en grandes períodos de tiempo. En ALER tenían pensado el ALER 2020 en su programación que era hasta el 2020 con el fin de seguir pensando lo programático y los objetivos, y en AMARC lo mismo. Pero luego del 2020, ¿qué viene? ¿Cómo nos estamos articulando y cómo estamos pensando esta articulación de comunicación comunitaria con los temas de derechos y democracia?».

Ese gran paraguas en temas de derechos y democracia es la razón que dio origen a las redes de medios comunitarios en la región. La razón sigue vigente, sin embargo, el cómo se viene generando incidencia política, es una pregunta que vincula otro modo de entender las redes, que no pasa o se agota en las estructuras de las redes fundacionales o redes con formas organizativas formales, sino que trasciende a las redes de sentidos, a aquellas que surgen de manera orgánica y son sostenibles de otros modos. Este tipo de redes asociadas al nivel más cercano de las comunidades en términos de espacialidad, pero también de intereses, generan, en opinión de Jorge Cano, una suerte de redes de información propia y contenidos asociados a los derechos de las colectividades:

“ La Red Panamazónica⁶⁹ es un buen ejemplo, pues es una red que está muy activa y eso tiene que ver con el hecho de que los conflictos en los territorios amazónicos nunca cesaron, a pesar incluso de que la representación partidista política en el continente dio como un giro favorable aparente para los derechos, esto todavía no se evidenció en la región amazónica. Por esto las redes de articulación de comunicación en la Amazonía se sostuvieron. Jorge Cano

Aquí también es necesario recalcar que la continuidad de los procesos en redes de medios y colectivos de comunicación comunitarios no es una suma de cabos sueltos. Hay una tradición de organización en el sector comunitario que se renueva y se expresa en estas búsquedas de transformaciones sociales y en las maneras de seguir abriendo espacios al trabajo en colectivos.

⁶⁹ La Red Panamazónica es una plataforma de articulación sinodal, de compartir experiencias y de servicios para responder a las necesidades del territorio de los países de la Panamazonía. Ver más sobre la red en: <https://redamazonica.org>

En esa tradición de lo comunitario, la figura del liderazgo sigue siendo central para la gestión de la vida de las redes. Ese rol dinamizador, que se asemeja a la figura del *trabajo de hormigas*, es decir, una labor constante que atiende los detalles micros de la participación de quienes hacen parte de las redes, que conecta motivaciones y mantiene viva la comunicación al interior de la red, se concentra casi siempre en la figura de una persona.

Karla Lara Laguna considera que el carisma de quien coordina o representa una red, marca el ritmo de actividad y los niveles de gestión al interior de las redes: «Es un trabajo arduo y de constancia para lograr que la gente se active y se mantenga en conexión con la red. Un ejemplo al respecto es el rol que juega el Padre Melo⁷⁰ de Radio Progreso en Honduras⁷¹, dentro de la Comisión de Medios Centroamericanos de la Compañía de Jesús, C-CAM⁷². El carisma de él ayuda mucho a que nos mantengamos activas y en conexión dentro de la red».

La concentración en una sola persona de la responsabilidad de dinamizar una estructura tan compleja como es una red, no es sostenible en el tiempo. En este sentido, la sistematización, el trabajo de memoria y traspaso generacional de saberes y responsabilidades se han vuelto una necesidad imperante especialmente en las redes con este perfil de redes formales, pragmáticas y programáticas. Sin embargo, hay un letargo y retraso visible en esta tarea de sistematizar las experiencias de redes.

Jorge Guachamín lo plantea así: «En el trabajo de sistematización estamos mal. Yo creo que es importante fortalecer la sistematización de los procesos, porque hoy estamos y mañana no. Y eso es definitivo en la transferencia y los cambios generacionales. Hay que entender que la construcción de las redes es difícil de mantener. También creo que las subredes funcionan bastante bien. Por ejemplo, la *Red Kichwa*⁷³ que busca fortalecer la identidad de los pueblos kichwa y quechua y tiene nodos en Bolivia, Ecuador y Perú, así como la *Red Amazónica*⁷⁴. Son redes provinciales con un origen más orgánico que no pasan por una estructura compleja. Considero que es algo que hemos venido arrastrando durante mucho tiempo.

⁷⁰ Ismael Moreno Coto, conocido como el Padre Melo, es un periodista y sacerdote jesuita, reconocido defensor de derechos humanos en Honduras. Es uno de los rostros más visibles de Radio Progreso y del Equipo de Reflexión e Investigación y Comunicación (ERIC), una organización civil que se opone a los megaproyectos que atentan contra los derechos de los pueblos indígenas en Honduras.

⁷¹ Enlace a sitio web de Radio Progreso HN: <https://radioprogreso.hn>

⁷² Enlace a sitio web de la Comisión de Medios Centroamericanos de la Compañía de Jesús C-CAM: <http://jesuitascam.org/comision-de-comunicacion/>

⁷³ Información sobre la Red Kichwa en sitio web de CORAPE: <https://corape.org.ec/satelital/contenido/item/red-kichwa>

⁷⁴ Información sobre Red Amazónica en sitio web de CORAPE: <https://corape.org.ec/satelital/contenido/item/red-amazonica>



Las redes siempre están refundándose. Su estado natural es surfear las crisis: agenciar recursos humanos, financieros, políticos, para mantenerse vigente.

Creemos que tenemos que pedir autorización para todo, y realmente creo que lo importante es guiar. Esa estructura de *cascada de obligaciones* hay que cambiarla y entrar en otras dinámicas de construcción.

Esa otra dinámica de construcción conjunta tan urgente, que abordan Jorge Guachamín y Jorge Cano, puede verse reflejada en las redes que se forman de manera orgánica para responder a necesidades y motivaciones de coyuntura, puesto que ganan una dinámica natural en las maneras como propician los espacios de intercambio, como logran activarse y desactivarse en los tiempos necesarios y como agencian las decisiones.

¿Qué ocurre entonces con estas otras redes estructuradas, con una operatividad supralocal? ¿Cuál es su papel en los contextos actuales?

Para Ernesto Lamas, las radios comunitarias en toda América Latina y el Caribe fueron, y siguen siendo, esenciales y las redes nacionales e internacionales han contribuido a mantenerlas unidas «haciendo visibles temas y protagonistas que los medios comerciales muchas veces prefieren ocultar, silenciar y no visibilizar».

De acuerdo a Mónica Valdés, hay acciones que no requieren de la intervención desde una red formal, sino de esas otras formas de redes que tienen un *ADN espontáneo, efímero*, que pueden servir para resolver un problema o para crear algún contenido o experiencia entre quienes se juntan, pero que no necesariamente necesitan formar red. Señala, además, que en el caso de América Latina donde las democracias son débiles y los

derechos que se conquistan son vulnerables y están expuestos a ser desconocidos por parte de los gobiernos, se requiere de acciones dirigidas desde redes formales, que cuenten con un acumulado de experiencia en mecanismos de reacción y no simplemente con una *activación efímera* y que además conozca muy bien los procesos comunicativos:

«Por ejemplo, en Nicaragua, en donde en los últimos casi tres años se ha agudizado la situación de derechos humanos, hemos tenido el caso de emisoras comunitarias y organizaciones sociales de mujeres en las que muchas tienen procesos comunicativos comunitarios y muchas son perseguidas por su labor social, implicando incluso el exilio. Ahí hemos tenido que activar acciones no solamente desde AMARC, como una red que respalda a las asociadas de AMARC en Nicaragua, sino a enredarnos con otras redes como por ejemplo Artículo 19⁷⁵, o en algunos casos ir conjuntamente a organismos de derechos humanos para generar un documento y acciones legales con el fin de evidenciar las graves afectaciones que ha tenido para el derecho a la comunicación el actual gobierno en Nicaragua. Esto no se hace de un día para otro, necesita una acción organizada, sostenida y colectiva. Entonces, ha sido importante tener una red como AMARC para llevar los documentos a Ginebra, a la Corte Interamericana, para generar documentos de seguimiento de las acciones y colectivizar el daño que ha causado hasta el momento este gobierno. Es un ejemplo en donde sí se necesita una red formal para respaldar las acciones».

Otro escenario que ha visibilizado y legitimado la importancia real de los medios comunitarios y las redes en las que se juntan, independiente de su naturaleza, formas o temporalidad, ha sido el contexto de crisis originado por la pandemia del coronavirus en los países de América Latina. Ernesto Lamas menciona algunos puntos y objetivos propuestos desde las radios y las redes de medios comunitarios en toda América Latina, que revalidan las características y naturaleza solidaria que las distinguen:

- Uno, la producción y emisión de servicios informativos locales y nacionales, con una mirada y una agenda alternativa, con noticias que hacían seguimiento al día a día de las comunidades en el contexto de la pandemia, pero sin apelar al morbo evidenciado en muchos de los medios comerciales.
- Dos, la producción y puesta al aire de campañas de salud para explicar qué es el coronavirus. Muchas de esas campañas son producidas en lenguas originarias y en medios de comunicación gestionados por los pueblos originarios de toda la región. Campañas que de otra manera una parte de esa población no hubiese comprendido.

- Tres, la creación de espacios educativos para tratar de mantener el vínculo entre maestras y maestros y estudiantes, sobre todo aquellos que no tenían una buena conectividad y que, por medio de la radio comunitaria y las redes de medios comunitarios, pudieron mantener ese vínculo con las escuelas.
- Cuatro, la creación de espacios solidarios para promover las economías populares, para organizar la asistencia alimentaria, sobre todo en los sectores más pobres de la población que enfrentaron graves dificultades con sus economías familiares.
- Cinco, acompañar al pueblo con música, con historias, con espacios para la catarsis, pero también para el disfrute en momentos de tanto encierro y aislamiento.

En este orden de ideas, Karla Lara Laguna considera que las redes que no tienen un carácter formal, en términos de estructura, sino que responden a una forma orgánica en su constitución, son trascendentales en función del ánimo solidario que las impulsa. Por otro lado, reconoce la necesidad de que existan y se fortalezcan las denominadas redes formales, por el nivel de experiencia e incidencia que pueden tener en un contexto como el latinoamericano:

“Nosotros en Centroamérica nos damos cuenta de lo que pasa en México o de lo que pasa en el Sur por el trabajo de las redes que son más grandes y creadas formalmente. Pero también creo que esas otras redes que tienen una forma más orgánica son complementarias y vitales...” Karla Lara Laguna

El rol de las redes pequeñas y ese trabajo del día a día que ayuda a una organización, o en una creación de contenido y todo lo que se pueda trabajar de forma colaborativa, estará siempre en un primer lugar, porque de eso se trata, de ser colaborativo, sobre todo en este escenario de los medios comunitarios».

La resonancia que se puede lograr al juntarse las diferentes colectividades y redes de medios de todo orden es, en opinión de Jorge Guachamín, visiblemente más fuerte. Generalmente ese intercambio y diálogo entre redes pasa primero por las redes de orden local, y se traslada a otras de nivel nacional o internacional, «[...] es ahí donde crece la incidencia que se puede hacer. Y ese orden de lo local a lo macro creo que se tiene que conservar, porque, de lo contrario, estamos hablando de una cosa que no tendría mucho sentido».

⁷⁵ Artículo 19 México y Centroamérica es una organización independiente que promueve y defiende el avance progresivo de los derechos a la libertad de expresión y acceso a la información de todas las personas. Ver más sobre Artículo 19 en: <https://articulo19.org>



Retos:

Activación

- Traslado de conocimiento a las nuevas generaciones, mediante un diálogo intergeneracional.
- Trabajo en redes sociales y tecnología.
- Dejar procesos sistematizados facilita el conocimiento compartido.
- Actualización constante de conceptos y política comunicativa.

Innovación – Reto estético

- Reto que el recambio generacional implica resolver la disputa narrativa, narrar el activismo que convoca a las nuevas generaciones, feminismo y temas identitarios.
- Reto de la sostenibilidad: renovación y resignificación de lo que podemos ofertar: territorios, compromisos, creatividad.
- Reto de formación constante para tener un pie en lo análogo y otro en lo digital, uno en el programa radial y otro en el pódcast.

4.5 Retos de las redes

¿Cuáles son los retos para las redes de comunicación comunitarias existentes en América Latina y el Caribe en función del cambio generacional, el uso de las tecnologías de comunicación e información y de los cambios en los contextos sociales?

Para Jorge Guachamín, el tema de los retos al interior de las redes es complejo, pues involucra una transición entre generaciones de hacedores de las radios. En el caso concreto de CORAPE hay encuentros entre directores de radios que tienen casi 50 años de trayectoria y otros muy nuevos que empiezan a incursionar en este escenario. Mezclar esos enfoques, niveles de experticias, lenguajes y aspiraciones, puede generar choques, en los que se debe aprender a mediar o buscar alternativas. La pregunta que sigue abierta es, ¿cómo hacerlo?

El tema de la activación y de la dinamización dentro de las redes es uno de los principales retos para Karla Lara Laguna. Por otro lado, el cambio generacional y la sistematización de la memoria son dos aspectos que se conectan para facilitar el traspaso de conocimientos en clave intergeneracional: «Lo imagino como un proceso paralelo que pone a dialogar a las generaciones fundadoras o iniciadoras con las nuevas generaciones.

No como una entrada de los jóvenes y una salida de generaciones de mayores, sino como un proceso de complementariedad. El uso de nuevas tecnologías creo que va a seguir siendo una tarea permanente y que, en la medida que compartamos con las otras radios, nos vamos a poder nutrir. Y los cambios de la agenda lo mismo. Creo que el trabajo en red posibilita ese cambio de agenda, porque muchas veces tenemos una mirada bien específica desde lo que trabajamos y, por ejemplo, en el caso nuestro, pareciera que todo Centroamérica es igual pero no... Guatemala, Honduras, El Salvador, tienen una realidad en ciertos temas bien diferentes a la de Nicaragua y mucho más diferente a la de Costa Rica y Panamá. Entonces, en la medida que nos relacionemos en redes, vamos a nutrir las agendas».

Mónica Valdés considera que las redes de medios comunitarios se encuentran en una fase de transición, donde el cambio generacional tiene que ver con la disputa narrativa de las redes; lo que ella denomina el reto del *narractivismo*: «Antes, las redes de radio comunitaria estaban en función de conseguir una frecuencia, de lograr ser reconocidas como sector comunitario. Pero hoy lo que quieren los jóvenes es contar, narrar la calle y que lo que narren los medios comunitarios esté relacionado con su activismo. También buscan tener una red donde poder amplificar sus voces y hacer eco...

“ Yo diría que es el reto del narractivismo, el narrar y ser activista, sobre todo, en los grandes temas que hoy convocan a las generaciones de recambio, que son el feminismo, los temas medioambientales, identitarios y culturales.

Mónica Valdés

Además, sugiere una lista de retos que tienen en un futuro inmediato las redes de medios comunitarios:

- El reto estético: cómo se juntan, se vinculan, se llaman y se convocan de un modo creativo, diferente, no acartonado (pero efectivo y ejecutivo), las redes que se encuentran en transición.
- El reto de la sostenibilidad: «Tenemos una oferta de visiones territoriales, de creatividad, de compromiso con un mundo diferente, de canto, de lírica, de poética comunitaria que es nuestro ADN y nuestra razón de ser. Necesitamos que esto sea también parte de lo que nos sostiene como red. Eso significa crear productos que den cuenta de esa magia única de narrarse desde lo colectivo, desde lo comunitario y territorial».
- El reto de formación: «Para tener un pie en lo analógico y otro pie en lo digital, tener un pie en el programa radial y otro en el pódcast. No estamos ahora solamente frente a un consumidor analógico que es local, barrial, rural, sino que también tenemos un consumidor con datos que hace una escucha individual y digital. Con unos y otros compartimos sentido de visión de la vida, visión del desarrollo y visión de lo que debe ser este mundo en estos grandes temas que nos unen comunitariamente».

4.6 De la teoría y reflexión a la práctica

Preguntas guía:

¿Qué rol juegan las redes en las dinámicas cotidianas de los medios comunitarios? ¿Cómo se siguen enredando los medios comunitarios en América Latina?

Testimonios:

Elfego Riveros (Radio Teocelo, México); Alirio González (Escuela Audiovisual Infantil, Colombia); Vladimir Contreras Escamilla, Alejandra Carrillo Olano (Red de Comunicadores Boca de Polen, México); Mauricio Yucra Pérez (Radio Emisoras Bolivia de Oruro, Bolivia).



Elfego Riveros de Radio Teocelo en Teocelo, Veracruz, México

«Sobre nuestra experiencia en el tema de las redes, puedo compartir que en Radio Teocelo somos parte de ALER desde los 80s. Hemos estado entrando y saliendo, pero estamos subiendo constantemente información desde México a *Contacto Sur*⁷⁶, un informativo de 15 minutos que está en muchas partes de la patria grande. A través de

este informativo recibimos información de la patria grande y la esparcimos hacia nuestra audiencia, tratando siempre de articular los temas locales con los temas globales y latinoamericanos.

En otros tiempos fuimos también parte de AMARC, pero en la necesidad de articularnos con actores locales y regionales fundamos hace tiempo una red local en Veracruz, la *Red de Organizaciones Civiles de Veracruz*, con quienes hicimos un trabajo de articulación para generar una política pública en el tema del derecho de acceso a la información pública.



El colectivo de Radio Teocelo cuando hizo ajustes a la torre y antena de la estación, para que los programas se escuchen fuerte y claro.

Desde la experiencia de esta red que es muy cercana a Teocelo, porque Xalapa es sede de los poderes y ahí se encuentran muchas de las organizaciones civiles, en el 2004-2006 coincidimos en la necesidad de poner a consideración del Congreso local, una iniciativa de las organizaciones civiles, especialmente de radio Teocelo, para garantizar el acceso a la información pública, porque en Veracruz no lo teníamos garantizado.

La Red nos permitió incidir en un tema concreto y una realidad que nos afecta en todo Veracruz. Y a eso le apostamos, pues no somos una isla, no podemos vivir solo de lo nuestro y de lo propio y de lo que se genera en el colectivo y en la región. Todas las redes son importantes, pero a veces privilegiamos más lo que está más cercano, porque sentimos que es lo más cercano a la gente que nos escucha, y es algo a lo que le apostamos, pero sin desaparecer del escenario latinoamericano y global».

⁷⁶ Ver más sobre el informativo Contacto Sur en:
<https://aler.org/contacto-sur-pagina>



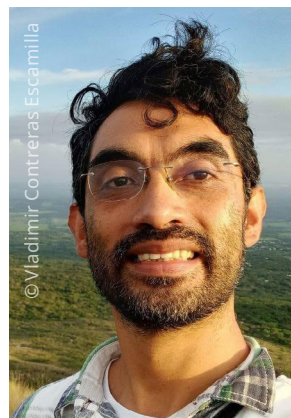
Alirio González
de La Escuela Audiovisual
Infantil de Belén de los
Andaquíes en Caquetá,
Colombia

«Nosotros lo que tenemos son varias redes locales y regionales, la de Belén de los Andaquíes y del Caquetá, las cuales son redes muy orgánicas y muy dadas por la necesidad de apoyo y de complementariedad. Aparecen redes de derechos humanos, de cineastas,

de radios, de movimiento ambiental. Estas redes se unen para desarrollar actividades comunes, por ejemplo, gestionar el festival de cine o hacer una manifestación contra la violencia hacia las mujeres. Son redes orgánicas que aparecen y desaparecen, y son funcionales pues le apuestan a algo concreto en lo que hacen. En un nivel más organizativo está la red de cine comunitario, a la que está vinculada la Escuela Audiovisual Infantil, pues ese es su ámbito.

Lo que veo en este tipo de redes es que siempre están buscando algo. Son redes en las que se encuentra gente que se junta para buscar y mejorar algo. Y hay otras que son redes temáticas. Las convoca las temáticas en las que trabajan, por ejemplo, el sector de documentalistas, mujeres cineastas, de derechos humanos. Se encuentran en la producción y en la circulación de productos. En este movimiento audiovisual hay una tendencia: la gente está pensando en cómo formar cooperativas. Es decir, no solamente se trata de sentarse a esperar a que la red haga algo, o que se forme una red para vender un producto o para presentarse a una convocatoria, sino que sea una red donde se preguntan en qué vamos a invertir, dónde vamos a buscar y a aportar para hacer sociedad. Hay otras redes que se mueven más en lo gremial, entre esas hay dos en las que participo, por ejemplo, una que es más de producción radial, *El Antivirus* un programa de radio de FEDEMEDIOS⁷⁷ y la red de radios comunitarias del Caquetá.

Me uno a la idea de trabajar más en la línea del cooperativismo, involucrarnos en la construcción de más sociedad, porque nos quedamos casi siempre en el *deber ser* de la red y no avanzamos hacia proyectos conjuntos».



**Vladimir Contreras
Escamilla**
de la Red de Comunica-
dores Boca de Polen,
San Cristóbal de las
Casas, Chiapas, México

«Las radios comunitarias forman redes desde que están en la comunidad, por ejemplo, redes de colaboración, ya sea de vecinos, de familias o con las autoridades. Las redes comunitarias tienen un mapeo de actores con quienes se van

vinculando. Y entre las mismas radios comunitarias también se van haciendo redes. Por ejemplo, acá en Chiapas tenemos una red que se llama *Voces Mayas en Red* y entre todos están haciendo producción con el objetivo de compartir entre las radios comunitarias.

Las agendas que se están construyendo desde las radios comunitarias incluyen los temas que tienen que ver con las comunidades, por ejemplo, el tema de soberanía alimentaria, defensa del territorio, derechos humanos.

En Boca de Polen tenemos también trabajo en red con otras organizaciones sociales en México que cuentan con otras experticias en el ámbito de la comunicación. Es decir, no solo nos juntamos los que hacemos radio, sino también con quienes hacen video, telefonía celular.

Se han logrado algunas cosas en cuanto al intercambio de experiencias de comunicación. Eso es muy importante porque ese intercambio permite que vayamos enriqueciendo nuestro trabajo. Por ejemplo, acá en Chiapas tenemos mucha relación con los compañeros y compañeras de Oaxaca. Ahí hay una relación muy cercana de colaboración, no solamente en cuanto a la radio comunitaria, sino también en cine y en redes inalámbricas para acceso libre al internet».

⁷⁷ FEDEMEDIOS es la Federación de Medios Comunitarios de Colombia. Enlace a sitio web: <https://fedemedios.org>



Alejandra Carrillo Olano
de la Red de Comunicadores Boca de Polen⁷⁸, San Cristóbal de las Casas, Chiapas, México

«Para nosotros como organización que acompaña procesos de comunicación y radio ha sido fundamental el trabajo en red. Para no saturarnos al estar en treinta mil redes, lo que hacemos es, por un lado, sistematizar los procesos para también abonar al paso de batuta generacional que se ha venido practicando. Por otro lado, es necesario saber para qué uno quiere sumarse con otros y para qué quiere hacer una red.

En el caso de los medios comunitarios y las redes comunitarias indígenas, que nosotros conocemos en México y en otros países de Latinoamérica, su razón de ser está fundada en los valores comunitarios, en los valores indígenas, y uno de los valores comunitarios más fuertes es el trabajo con el otro. Entonces para nosotros el trabajo en redes es el trabajo con la otra persona siempre que se necesite.

⁷⁸ La Red de Comunicadores Boca de Polen (RCBP) se creó en 2001 en Chiapa de Corzo (Chiapas, México). La red acompaña procesos de comunicación comunitaria vinculados a movimientos campesinos e indígenas en varias regiones de México. Enlace a sitio web: <https://bocadepolen.org/web/> | Enlace a página en Facebook: <https://facebook.com/redbocadepolen>

Considero también que tener una estructura, con la idea de ordenar y organizar, rompe hasta cierto punto en muchas ocasiones la naturaleza y el trabajo en red.

Hay trabajo en red que nos alegra el corazón. Nosotros trabajamos por ejemplo mucho el tema de formación. Tenemos la experiencia en la formación de comunicadores y comunicadoras en el ámbito técnico porque hemos visto que ahí es donde más hace falta formación para hacernos más sostenibles. Ese conocimiento es compartido. Y hemos aprendido que, si solucionamos en red, entonces fortalecemos la comunicación. Por ejemplo, tal vez yo no sepa arreglar un transmisor, pero sí sepa sobre software libre. Entonces cuando se me quema el transmisor, pues el generar estas comunidades de aprendizaje y esta red, hace que podamos solucionar haciendo uso de las tecnologías.

Las redes son necesarias para trabajar los comunes. Muchas veces por la emoción de encontrarnos o reencontrarnos entre varios, decimos que sí, que vamos a trabajar juntos. Y regresamos a la realidad y no pasa nada, porque nos ganan los tiempos y otro montón de cosas. Ese trabajo lo logramos de manera sostenible al tener recursos, para que sea operativo y tener personal que dentro de su agenda tenga tiempo y ese tiempo se le reconozca a la persona. En el trabajo en red se piensa en el colectivo y en encontrar recursos económicos para el día a día, para nuestras vidas personales. Que sea también una forma de reciprocidad a quien le invierte tiempo de trabajo para sostener y dinamizar la red».



Miembros de la red Boca de Polen en un taller de producción radiofónica.



Mauricio Yucra Pérez **de Radio Emisoras Bolivia** **en Oruro, Bolivia**

«Lo que quiero manifestarle es en el marco de la descolonización y cómo las redes que tienen las radios comunitarias atienden las necesidades o problemas que tiene una determinada cultura.

Desde ese punto de vista en el marco de la descolonización, nosotros hemos visto un aspecto muy importante en

el tema de la lengua. Porque la lengua es el pilar fundamental de la descolonización, es el pilar fundamental de ponerle alto a la explotación y a la dominación que tiene este modernismo. Entonces ante esa instancia las Naciones y Pueblos Indígena Originario Campesinos, hemos creado estas redes de las radios comunitarias justamente con este objetivo.

La lengua es el alma de una cultura, es su ADN, por eso es fundamental poder utilizar la lengua en estas redes para que la raíz de nuestras culturas empiece a brotar nuevamente. Estamos devolviendo, a través de estas redes de medios de comunicación que hablan en sus lenguas originarias, la funcionalidad lingüística que tiene nuestra propia lengua, tanto el aymara como el quechua, que se utilizan en estas redes.

Más o menos eso es nuestra experiencia referente a lo que están creando estas redes de las radios comunitarias de las Naciones y pueblos indígenas».

4.7 Resumen de ideas, preguntas y retos

1. ¿Qué sentido tienen las redes en el contexto actual de los medios comunitarios en América Latina?

- Participar de las redes tiene sentido, en tanto la cooperación conjunta es una fortaleza. (Guachamín)
- Hay que seguir construyendo de manera colaborativa aspectos como la sostenibilidad, la formación. Estos ejes son fundamentales. (Guachamín)
- Ser parte de una red es estar siempre consciente de lo que tenemos para entregar o compartir. (Guachamín)
- Es necesaria la rotación del personal en los medios. (Guachamín)
- Ser parte de redes tiene un sentido místico, que tiene que ver con ser de una región, sentirse fuerte, acompañado, ser parte de algo grande, poderoso y un sentido pragmático, para resolver problemas y dificultades. (Valdés)
- Se activa la red cuando hay una dificultad, un problema, una crisis. (Valdés)
- La red hace eco, amplifica y ayuda a denunciar. (Valdés)
- La pertenencia a las redes puede ser pasiva en algunos momentos, pero frente a eventualidades formativas, legislativas, políticas y de sostenibilidad, se activa la pertenencia. (Valdés)
- Ser parte de procesos, trabajar en red, es algo que motiva a todas las personas y fortalece los procesos mismos. (Lara Laguna)
- A pesar de las diferencias, se logra encontrar causas comunes que nos llevan a trabajar en red y a la vez nos ayudan a fortalecer a cada miembro de la red. (Lara Laguna)
- Las crisis potencian significativamente el trabajo en red. (Lara Laguna)
- En redes orgánicas es más importante la complementariedad que la competencia. (Lara Laguna)
- El sentido de las redes está en brindar el apoyo que ayuda a

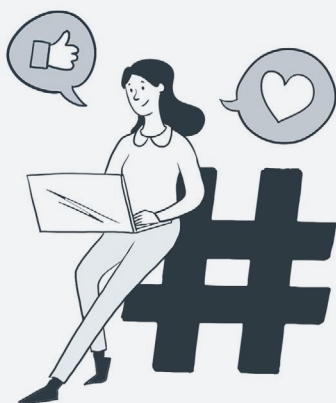


La red hace eco,
amplifica y ayuda
a denunciar.

- enfrentar las dificultades, apoyar en la gestión, crear espacios de formación, apoyar con compras al por mayor. (Lamas)
- Las redes son sobre todo espacios de encuentro. (Lamas)
- Las redes siguen siendo vigentes y necesarias en las experiencias de comunicación comunitaria en América Latina. (Lamas)

2. ¿Cómo es el estado de las redes en América Latina?

- Las redes siempre están refundándose. Su estado natural es surfear las crisis, agenciar recursos humanos, financieros, políticos, para mantenerse vigentes. Hay momentos altos, como los de las asambleas, para rendir cuentas, tomar decisiones, visibilizar avances. (Valdés)
- Mantenerlas vivas es muy demandante para quienes las dinamizan y para sus socios, porque responde a ritmos cambiantes de cada uno. (Valdés)
- No puede estar siempre en alto su ritmo. Actualmente están en una lucha por permanecer. (Valdés)
- Hay acciones que no requieren red, sino que tienen una dinámica propia efímera, momentánea. (Valdés)
- En América Latina donde los derechos conquistados siguen



Hacer el salto a las nuevas tecnologías implica reconstruir las formas de hacer sin perder la mirada en perspectiva, ser flexibles es fundamental.

Las redes deben ser flexibles

No es bueno forzar la activación permanente sino tratar de respetar la dinámica.

- siendo vulnerables por la debilidad de las democracias, las redes pueden ayudar con su experiencia. (Valdés)
- Hay casos en los que redes supralocales han tenido que articularse entre ellas para enfrentar situaciones de alta vulnerabilidad de los medios, periodistas y activistas. (Valdés)
- El trabajo de sus coordinadores es muy arduo. No es fácil convocar, mantener en alto el interés, la participación activa. Ese esfuerzo se debe reconocer y alimentar. (Lara Laguna)
- Es fundamental sistematizar, llevar la memoria de los procesos, porque todo el tiempo pasan y cambian las personas que conforman la red. (Lara Laguna)
- Redes más formales necesitan de las redes locales. (Lara Laguna)
- Hay que ser conscientes de la necesidad de pasar la posta, a la vez que es importante mantener las ideas originales y las banderas. (Guachamín)
- Las redes son complejas de dinamizar. Es muy útil fortalecer las subredes, más pequeñas, más cercanas. (Guachamín)
- Son necesarias, pero deben ser flexibles, no es bueno forzar la activación permanente sino tratar de respetar la dinámica de cada socio. (Guachamín)
- Redes supralocales son necesarias para defender intereses de los medios comunitarios. (Guachamín)
- En América Latina son necesarias para los medios. La caja de resonancia es mayor para hacer incidencia política y comunicativa. (Guachamín)
- Los medios comunitarios han demostrado en esta crisis de la pandemia que son importantes con sus agendas, propiciando la participación, mirando hacia lo local, de manera abierta, contrahegemónica, en redes. (Lamas)
- Las características de los medios: solidaridad, vínculos con comunidades, intento de transformar las injusticias, ayudaron en la fase más difícil de la pandemia. (Lamas)
- bles es fundamental. (Guachamín)
- El del cambio generacional implica resolver la disputa narrativa: narrar el activismo que convoca a las nuevas generaciones, por ejemplo, feminismos y temas identitarios. (Valdés)
- El reto estético: renovarnos, salir del acartonamiento, convocarnos y juntarnos de otra manera. (Valdés)
- Reto de la sostenibilidad: renovación y resignificación de lo que podemos ofertar. (Valdés)
- Reto de formación para tener un pie en lo análogo y otro en lo digital, uno en el programa radial y otro en el podcast. (Valdés)
- Mantenerlas activas. (Lara Laguna)
- El cambio, relevo generacional, no implica solo reemplazo, sino diálogo intergeneracional. (Lara Laguna)
- En la medida en que se dé un proceso de sistematización, será más fácil pasar el conocimiento, compartirlo. Hacer uso de esa historia y memoria tan rica y diversa. (Lara Laguna)
- Trabajar en red nutre y dinamiza las agendas. (Lara Laguna)

3. ¿Cuáles son los retos de las redes hoy en perspectiva de futuro?

- Mezclar enfoques es un reto, así como el relevo generacional. (Guachamín)
- Hacer el salto a las nuevas tecnologías implica reconstruir las formas de hacer sin perder la mirada en perspectiva, ser flexi-

Enredando redes

Diálogos Intergeneracionales de Comunicación Comunitaria



Uni Buenos Aires
Ernesto

Las redes son espacios de encuentro físicos y digitales, de las cuales se puede aprender e inspirarse para hacer mejor comunicación.



CORAPE
Jorge

Sentirse parte de una construcción conjunta

Frente a la rotación del personal en los medios, participar de las redes tiene sentido, la cooperación conjunta es una fortaleza.

Las redes formales necesitan de redes locales.



Brindar el apoyo que ayuda a enfrentar las dificultades, apoyar en la gestión, crear espacios de formación, apoyar con compras al por mayor.



Construir de manera colaborativa, sostenibilidad, formación, son ejes fundamentales de ser parte de las redes, propiciando estar todos en el mismo nivel.

**¿Qué es lo que tengo?
¿Qué es lo que puedo dar?**



En América Latina son necesarias para los medios. La caja de resonancia es mayor. Las redes difundiendo el mismo mensaje hacen incidencia política y comunicativa.

Características de los medios comunitarios: solidaridad, vínculos con comunidades, intento de transformar las injusticias. Medios han demostrado en esta crisis que son importantes con sus agendas, propiciando la participación, mirando hacia lo local, de manera abierta, contrahegemónica, en redes.

Las radios comunitarias también son proyectos políticos, promueven lazos solidarios.



Hay que ser conscientes de la necesidad de pasar la posta, a la vez que es importante mantener las ideas originales y las banderas.



·Experiencia · Solidaridad ·

Acción organizada, sostenida y colectiva

Las redes son complejas de dinamizar pero es muy útil fortalecer las sub-redes, más pequeñas, más cercanas.

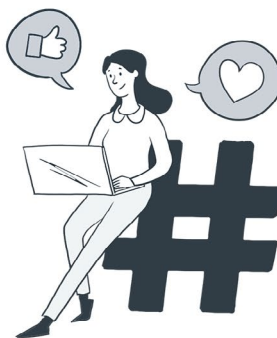
Las redes deben ser flexibles

No es bueno forzar la activación permanente sino tratar de respetar la dinámica.

Trabajo de sus coordinadores es muy arduo. No es fácil convocar, mantener en alto el interés, la participación activa. Ese esfuerzo se debe reconocer y alimentar.



Es fundamental sistematizar los procesos, llevar un registro de la memoria de los procesos, porque las personas que conforman las redes pasan, van cambiando y hay que evitar que al irse se lleven todas las memorias y aprendizajes.



Hacer el salto a las nuevas tecnologías implica reconstruir las formas de hacer sin perder la mirada en perspectiva, ser flexibles es fundamental.

Enredando redes

Diálogos Intergeneracionales de Comunicación Comunitaria



UCA
Karla



La cooperación conjunta es una fortaleza.

Las crisis potencian el trabajo en red de forma orgánica.

Es más importante la complementariedad que la competencia

Trabajar en red es algo que motiva a todas las personas y fortalece los procesos. A pesar de las diferencias, encontrar causas comunes nos lleva a trabajar en conjunto y hace más fuerte a cada miembro.



La red hace eco, amplifica y ayuda a denunciar.



AMARC-ALC
Mónica

“Sentido pragmático”: se activa la red cuando hay una dificultad, un problema, una crisis.

Mantenerla viva es muy demandante para quienes la dinamizan y para sus socios, porque responde a ritmos cambiantes de cada uno. No puede estar siempre en alto su ritmo.



Ser parte de redes tiene un sentido místico: ser de una región, sentirse fuerte, acompañado, parte de algo grande, poderoso.

Las redes siempre están refundándose. Su estado natural es surfear las crisis: agenciar recursos humanos, financieros, políticos, para mantenerse vigente.

“Sentido pragmático”: redes locales y redes de sentido.

La pertenencia puede ser pasiva en algunos momentos, pero frente a eventualidades formativas, legislativas, políticas, de sostenibilidad, se activa la pertenencia.



Hay casos en que redes supralocales han tenido que articularse entre ellas para enfrentar situaciones de alta vulnerabilidad de los medios, periodistas, activistas...



Retos:

Activación

- Traslado de conocimiento a las nuevas generaciones, mediante un diálogo intergeneracional.
- Trabajo en redes sociales y tecnología.
- Dejar procesos sistematizados facilita el conocimiento compartido.
- Actualización constante de conceptos y política comunicativa.

Innovación - Reto estético

- Reto que el recambio generacional implica resolver la disputa narrativa, narrar el activismo que convoca a las nuevas generaciones, feminismo y temas identitarios.
- Reto de la sostenibilidad: renovación y resignificación de lo que podemos ofertar: territorios, compromisos, creatividad.
- Reto de formación constante para tener un pie en lo análogo y otro en lo digital, uno en el programa radial y otro en el pódcast.

-  [DWAkademie](#)
-  [@dw_akademie](#)
-  [DWAkademie](#)
-  dw.com/newsletter-registration
-  dw.com/es/dw-akademie

DW Akademie es el centro de Deutsche Welle para el desarrollo internacional de medios de comunicación, la formación periodística y la transferencia de conocimiento. Por medio de sus proyectos, fortalece el derecho humano a la libertad de opinión y al libre acceso a la información. DW Akademie capacita a personas en todo el mundo para la libre toma de decisiones con base en hechos fiables y en el diálogo constructivo.

DW Akademie es un socio estratégico del Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania. Gracias también al apoyo del Ministerio alemán de Asuntos Exteriores y de la Unión Europea, DW Akademie está activa en aproximadamente 60 países emergentes y en vías de desarrollo.



Made for minds.