

CUADERNOS ACADÉMICOS

Comunicación Social

MEDIOS COMUNITARIOS Y CIUDADANÍAS ACTIVAS

Beatriz Drake Tapia

Dagmar Herrera Barreda



BEATRIZ DRAKE TAPIA (La Habana, 1990). Investigadora del Instituto Cubano de Investigación Cultural «Juan Marinello» y docente de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. Máster en Ciencias de la Comunicación y aspirante a doctora en Ciencias de la Comunicación por dicha universidad. En los últimos diez años ha investigado los vínculos entre la televisión local y el desarrollo cultural comunitario en el contexto municipal cubano.

DAGMAR HERRERA BARREDA (LA HABANA, 1981). Periodista y Profesora Titular de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. Doctora en Ciencias de la Comunicación Social y Master en Ciencias de la Comunicación, Mención: Comunicología. Se ha dedicado por casi dos décadas a la docencia en Comunicación Audiovisual, al estudio de los procesos periodísticos y de los medios locales y comunitarios, particularmente la televisión y sus potencialidades para contribuir al desarrollo social en el contexto cubano. Ha sido guionista, presentadora y realizadora de espacios de la Televisión Cubana.

CUADERNOS ACADÉMICOS

COMUNICACIÓN SOCIAL

MEDIOS COMUNITARIOS Y CIUDADANÍAS ACTIVAS

Beatriz Drake Tapia
Dagmar Herrera Barreda



Derechos © 2023 Beatriz Drake Tapia y Dagmar Herrera Barreda
Derechos © 2023 Ocean Press y Ocean Sur

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, conservada en un sistema reproductor o transmitirse en cualquier forma o por cualquier medio electrónico, mecánico, fotocopia, grabación o cualquier otro, sin previa autorización del editor.

ISBN: 978-1-923074-08-8

Primera edición 2023

PUBLICADO POR OCEAN SUR
OCEAN SUR ES UN PROYECTO DE OCEAN PRESS

E-mail: info@oceansur.com

DISTRIBUIDORES DE OCEAN SUR

América Latina: Ocean Sur • E-mail: info@oceansur.com

Cuba: Prensa Latina • E-mail: plcomercial@cl.prensa-latina.cu

EE.UU., Canadá y Europa: Seven Stories Press

• 140 Watts Street, New York, NY 10013, Estados Unidos • Tel: 1-212-226-8760

• E-mail: sevenstories@sevenstories.com

ocean
sur



www.oceansur.com
www.facebook.com/OceanSur

ÍNDICE

Prólogo	
<i>Luis Alain de la Noval Bautista</i>	1
A modo de introducción	
<i>Beatriz Drake Tapia y Dagmar Herrera Barreda</i>	5
Sistema social y sistema de comunicación pública: una mirada a las mediaciones	9
Comunicación comunitaria: principios éticos y rasgos esenciales	18
La concepción de lo local y lo comunitario	21
Medios de comunicación y espacio local: las nociones de territorio comunicativo y medios locales	28
Medios <i>en, para y por</i> la comunidad: apuntes históricos	34
Medios comunitarios: principios fundamentales de su gestión	46
Medios locales, participación ciudadana y transformación social	55
Participación ciudadana: nociones de partida	55
Participación ciudadana en los medios comunitarios	59
Medios ciudadanos y relaciones de poder	63
Medios locales para la transformación social: propuestas y líneas de acción	65
Referencias bibliográficas	77



CONTEXTO LATINOAMERICANO

Una revista de Ocean Sur

www.contextolatinoamericano.com
f ContextoLatinoamericano

La versión digital de Contexto Latinoamericano actualiza semanalmente cada uno de sus espacios dedicados a la actualidad, la opinión y el debate, al tiempo que ofrece una síntesis diaria del acontecer noticioso en América Latina y el Caribe.

PROYECTO EDITORIAL CHE GUEVARA

www.cheguevaralibros.com
f LibrosCheGuevara

Los títulos publicados en español e inglés propician el conocimiento de la vida, el pensamiento y el legado del Che a través de un ordenamiento temático por medio del cual se accede íntegramente a sus múltiples facetas.



PRÓLOGO

La ciudadanía involucra un conjunto de derechos y responsabilidades, así como una práctica multidimensional que debe considerar a los sujetos como participantes y activistas de los procesos y asuntos de interés público: económicos, políticos, sociales, culturales, tecnológicos, institucionales, ambientales, entre otros; en un espacio de diálogo horizontal, donde la comunicación tiene un papel estratégico, cohesionador y de búsqueda de consenso para el contrato social.

La cuestión del poder y la preocupación por la inclusión de la ciudadanía, grupos y comunidades dentro de los procesos de toma de decisiones políticas es uno de los enfoques clave de la articulación del concepto de participación. En la sociedad contemporánea el alcance de la participación política adquiere un carácter más heterogéneo y multidireccional más allá de las teorías y modelos de democracia. Estas prácticas políticas, aunque se proponen impactar directamente en la política institucionalizada, dirigen sus objetivos además al cambio cultural.

Este proceso integral de ampliación de lo político hacia todas las esferas sociales e individuales, significa que las nociones de democracia y participación no son exclusivas del campo de la política. Por tanto, debemos transitar y promover la democratización de la información y la comunicación, pues constituyen derechos humanos y bienes públicos.

2 Medios comunitarios y ciudadanías activas

Debemos contribuir a que la comunicación sea un proceso y una herramienta que permita defender los auténticos intereses de los ciudadanos, que empodere a la ciudadanía. Estaríamos entonces en presencia de una comunicación endógena, concientizadora, para el desarrollo y el cambio social democrático. A ello contribuye en gran medida el tercer sector: social-comunitario.

Democratizar la comunicación es promover procesos de interacción social, el intercambio de símbolos, experiencias en condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación, con lo cual se garantiza una comunicación horizontal y el reconocimiento y ejercicio efectivo del derecho humano a la comunicación en sus múltiples expresiones.

En este sentido, los medios de comunicación comunitarios desempeñan un rol fundamental, ya que contribuyen al fortalecimiento de la democracia, la libertad de expresión con responsabilidad social, la diversidad cultural y la promoción de derechos humanos. La ciudadanía necesita medios propios para manifestar sus opiniones, valoraciones, aspiraciones, inquietudes y organizarse.

Los medios comunitarios responden a un modelo de autogestión donde predomina la toma de decisiones colectivas y son reconocidos por su producción/apropiación de todos los actores sociales involucrados. Se definen por sus objetivos, finalidad social, contenidos comunicacionales y participación comunitaria, y no por su potencia, ubicación geográfica o alcance, por lo que el término comunitario se asume como comunidad de intereses.

Se puede afirmar entonces que los medios comunitarios contribuyen a generar procesos de cambio social a partir de la construcción de ciudadanías activas mediante la reapropiación

de los medios. Constituyen un instrumento para alcanzar altos índices de desarrollo humano, social y local.

Se hace necesario pensar y gestionar la producción comunicativa para este tipo de medios locales, populares, educativos, comunitarios, participativos, ciudadanos, en el marco de un sistema comunicativo integral. Estas formas de producir la comunicación, comprometida con la justicia social y el desarrollo humano sostenible, no se pueden analizar en forma aislada del resto del sistema de medios de comunicación, por lo que el nivel de incidencia debe trascender al modelo de comunicación imperante en la sociedad.

En este sentido, el cuaderno *Medios comunitarios y ciudadanías activas* constituye un valioso aporte a la sistematización y consolidación de los estudios sobre comunicación y ciudadanía, desde la academia cubana. Sus autoras, la MSc. Beatriz Drake Tapia y la Dra. Dagmar Herrera Barreda, ambas con una amplia trayectoria en la investigación y la docencia universitaria y comprometidas con la justicia ecológica social, definen en este texto los principios éticos de la comunicación comunitaria y sus rasgos esenciales. Realizan además un recorrido histórico de la lucha de resistencia de los medios comunitarios, así como profundizan en la participación ciudadana y multiactoral como uno de los ejes fundamentales de la producción comunicativa de los medios comunitarios y sus potencialidades para la transformación social, desde un enfoque de relaciones de poder y el paradigma de las mediaciones.

Dr. Luis Alain de la Noval Bautista
Universidad de Sevilla/Beca Postdoctoral Margarita Salas
Agosto de 2023.

OCEAN SUR EN LA WEB

UNA EDITORIAL LATINOAMERICANA

www.oceansur.com
www.facebook.com/OceanSur

Un amplio e interactivo catálogo de publicaciones que abarca textos sobre la teoría política y filosófica de la izquierda, la historia de nuestros pueblos, la trayectoria de los movimientos sociales y la coyuntura política internacional. Ocean Sur es un lugar de encuentros.



A MODO DE INTRODUCCIÓN

Hablar de medios de comunicación en el siglo XXI parece ser, inevitablemente, un camino que conduce a referencias obligadas para los investigadores: globalización, tecnologías y su impacto en las comunicaciones, enfrentamientos entre lo local y lo global, complementariedad, exclusión, cambios, concentración, expansión; grandes compañías que se fusionan y pequeñas comunidades que potencian el valor de los microespacios: procesos opuestos y complementarios que coexisten.

La tendencia «doble y simultánea» de lo global-local, denominada por algunos autores como glocal para expresar a la vez ambos fenómenos, parece ser una de las características fundamentales del escenario actual.¹

Mientras la globalización, llevada al campo de las comunicaciones, se distingue por el espectacular desarrollo de las tecnologías de la información, la creación de redes mundiales que ponen fin a los territorios y los convierte en espacios continuos, sin fronteras ni límites y propicia la aparición de conglomerados a escala mundial en los sectores de la informática, las telecomunicaciones, el audiovisual y el ocio; la «localización», en cambio, se presenta como un redescubrimiento y revalorización de lo local, como la vuelta a la comunidad y a lo próximo, al

¹ El término Glocal resume lo que Mauro Wolf denominó «la coexistencia de lo contradictorio». María Luz Barbeito y Juan José Perona: «Lo global y lo local. Reflexiones sobre una interacción emergente», p. 3.

rescate y preservación de lo que nos diferencia, nos une y nos moviliza.

Los catedráticos españoles Carmelo Garitaonandia y Miquel de Moragas, señalan sobre el tema: «la nueva sociedad de la información no es tan solo una sociedad transnacional, sino más bien una sociedad que es al mismo tiempo local y global, y que puede ser descrita como simultáneamente transnacional, nacional, regional y local».²

El fenómeno de la globalización ha potenciado la regionalización de los medios desde y hacia áreas de cobertura geográfica más precisas y la focalización de públicos e intereses diversos. Es por ello que los medios regionales y locales, más que un fenómeno marginal o aislado dentro del panorama mediático internacional, debe ser considerados como un proceso simultáneo y complementario.

Al mismo tiempo, esta reflexión acerca de la interrelación entre lo global y lo local nos permite hablar de la lucha pujante de los medios comunitarios en la búsqueda de la democratización de la comunicación y la sociedad, como un espacio de disputa, participación política y, por tanto, de construcción y ejercicio de la ciudadanía. En tal sentido, resulta esclarecedora la revisión histórica realizada por Larisa Kejval, doctora en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, que ilustra la estrategia desplegada por el movimiento de radios comunitarias latinoamericano a partir de los años noventa y durante la primera década del presente siglo, para impactar no solo el territorio local, sino también «con el propósito de incidir en los estándares internacionales en materia de derecho a la libertad

² Carmelo Garitaonandia y Miquel de Moragas citado en Bernat López: «La televisión en las regiones de Europa: una investigación pionera», p. 4.

de expresión y a la información, como camino para la democratización de las comunicaciones en un contexto de creciente globalización».³

En este debate, es pertinente preguntar acerca de la libertad de expresión de los sectores populares y su derecho a hacer escuchar sus propuestas y demandas; y sobre los mecanismos para defender el derecho a la información de la ciudadanía, frente al control hegemónico y crecientemente monopólico de los sectores de poder económico en el ámbito de la comunicación.

Como respuesta a estas interrogantes, y en sintonía con lo planteado por Kejval, podemos apuntar la urgencia de reivindicar el profundo sentido político y contrahegemónico de los medios comunitarios, para revitalizar permanentemente un activismo comunicacional que trascienda las fronteras del espacio local para pugnar por el derecho a la comunicación, a la información, a la libertad de expresión; así como por políticas de comunicación democratizadoras, y de reconocimiento y potenciación de la diversidad y pluralidad en el sistema de medios, de modo que este consiga expresar la multiplicidad de sentidos que conforman las identidades y las percepciones de la realidad social.⁴ Por otra parte, se trata de un análisis que enfoca el lente en las comunidades, como el espacio primario de movilización para la transformación social; y en la comunicación, como derecho humano imprescindible para construir ciudadanías activas.

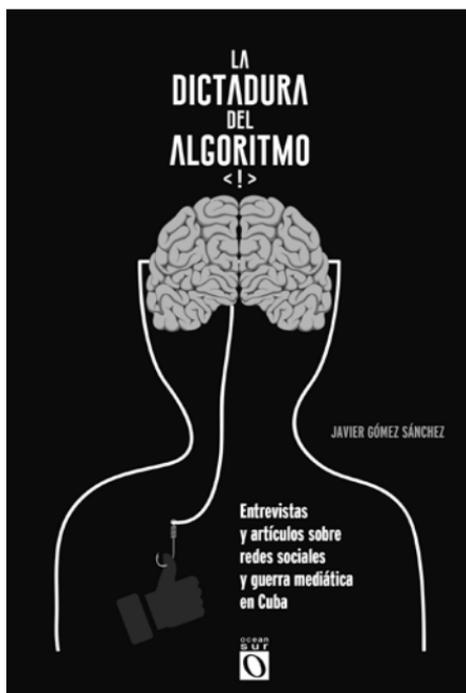
Beatriz Drake Tapia y Dagmar Herrera Barreda

Abril de 2023.

³ Larisa Kejval: «De lo local a lo global en la lucha por la democratización de las comunicaciones», p. 76.

⁴ Larisa Kejval: *ob. cit.*

OTROS TÍTULOS DE OCEAN SUR



LA DICTADURA DEL ALGORITMO

Javier Gómez Sánchez

«No deja dudas sobre las necesidades y los retos de luchar contra las maquinarias productoras de “algoritmos” hegemónicos y nuestras relaciones asimétricas ante las tecnologías que, siendo grandes avances del conocimiento, simultáneamente son armas de guerra ideológica contra los pueblos». —Fernando Buen Abad

224 páginas, 2022, ISBN 978-1-922501-34-9

SISTEMA SOCIAL Y SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA: UNA MIRADA A LAS MEDIACIONES

Los medios de comunicación —transnacionales, nacionales, regionales, locales— forman parte del sistema de comunicación pública de cualquier sistema social, y este «sistema de comunicación pública, ya sea global, regional o nacional, es al mismo tiempo un mediador activo del sistema social, tanto a escala global como regional y nacional».⁵

El tema de la producción mediática desde un enfoque socio-cultural que entienda los productos de los medios desde las interacciones sociales y la producción de sentidos, se ha desarrollado como un terreno legítimo en el estudio de la sociedad y la cultura.

Una de las matrices teóricas fundamentales para comprender la producción de comunicación social, desde un punto de vista histórico-estructural, es la propuesta teórica del catedrático español Manuel Martín Serrano.

El espectro temático que propone constituye un punto de mira necesario para el tema fundamental del presente cuaderno, pues la Teoría Social de la Comunicación:

busca dar cuenta de las formas/instituciones que toma la comunicación en cada formación social, de las lógicas que

⁵ Julio García: *La regulación de la prensa en Cuba: referentes morales y deontológicos*, p. 32.

rigen los modos de mediación entre el ámbito de los recursos (materiales y expresivos), la organización del trabajo y la orientación política de la comunicación, y por último de los usos sociales de los productos comunicativos.⁶

En aras de sustentar el estatus científico propio de la Teoría Social de la Comunicación, Martín Serrano desarrolla un modelo dialéctico de comunicación que, tal y como él mismo expresa, tiene su paradigma en la Teoría de la Mediación, su propio objeto en el estudio de la comunicación pública y su material de análisis en los productos comunicativos.⁷

Partiendo de las premisas básicas de la Teoría General de Sistemas, la Teoría Social de la Comunicación plantea, en primera instancia, las relaciones entre el Sistema de Comunicación Pública (SC) y el Sistema Social (SS), pero no una correspondencia mecánica ni determinista, sino una de interdependencia que supone la autonomía de ambos sistemas. Desde este planteamiento se sustenta que algunos cambios sociales explican algunas transformaciones de la comunicación pública y que, del mismo modo, algunas transformaciones comunicativas repercuten en ocasiones en la estructura y funcionamiento de la sociedad.⁸

Martín Serrano también se refiere a las homologías y diferencias entre el Sistema de Comunicación y el Sistema Social. De acuerdo con el autor, las similitudes se derivan de la complejidad de ambos sistemas y de la existencia en cada uno de componentes cognitivos, organizativos y materiales (superestructura, estructura e infraestructura). Las diferencias se

⁶ Jesús Martín-Barbero: «Euforia tecnológica y malestar en la teoría», p. 9.

⁷ Manuel Martín Serrano: *La producción social de comunicación*.

⁸ Ídem.

desprenden fundamentalmente de que los elementos de los mencionados niveles no son idénticos.

El Sistema Social está organizado para manejar y transformar materias, energías e información con vistas a la satisfacción de las necesidades individuales y colectivas (biológicas, sociales, espirituales) de los miembros de la sociedad. Mientras, el Sistema de Comunicación Pública se estructura para manejar esos mismos elementos, pero su referencia específica son los acontecimientos, es decir, aquello que sucede, o que deja de suceder y compete a la comunidad.⁹

De acuerdo con Martín Serrano, tanto el Sistema de Comunicación Pública (SC) como el Sistema Social (SS) se encuentran al mismo tiempo determinados por otros dos: el SS por el Sistema de Necesidades (SN) y el SC debe ser comprendido en relación con el Sistema de Referencia (SR). En una síntesis de su análisis, el autor propone que «el Sistema de Comunicación Pública puede modificarse como consecuencia de su interdependencia con el Sistema Social, de su autorregulación y de su apertura al Sistema de Referencia».¹⁰

En una aplicación de estos estudios al contexto cubano, el académico Julio García Luis (2004) define:

Se percibe con claridad que los medios, en nuestro caso, son parte del sistema político y que prevalece, como regla, una relación unívoca entre este y la prensa. Dicho en los términos de Martín Serrano, existe un vínculo de dependencia, puesto que cambios y acciones en el sistema político provocan cambios y reacciones en los medios, pero no es posible documentar que algunas eventuales transformaciones

⁹ Ídem.

¹⁰ Manuel Martín Serrano: *La producción social de comunicación*, p. 59.

comunicativas, a la inversa, tengan consecuencias para la estructura y funcionamiento de la sociedad política.¹¹

En otro orden de aspectos, y a partir de lo que denomina «la dimensión enculturizadora de la comunicación pública»; Martín Serrano explica que la comunicación pública (CP) suministra a los miembros de la comunidad relatos o interpretaciones del mundo circundante, que constituyen representaciones del mundo o se vinculan a ellas. De ahí su intervención en los procesos de socialización y en el cambio social. Basado en esta noción, el autor propone entonces estudiar la comunicación pública como un modelo de enculturización que participa en la exteriorización de las visiones de la realidad; y con ello enfatiza la importancia de analizar las relaciones entre transformación social y cambio de las representaciones, esto último a partir de los contenidos de la comunicación pública.

Sobre la actuación de los medios de comunicación en el espacio local, explica el autor que estos demandan una especialización en cuanto a funciones comunicativas que estén en correspondencia con los procesos e interacciones que lo identifican. Luego de esta especialización, a decir de Serrano, la información pública se organiza institucionalmente en un sistema que obtiene, procesa y distribuye información de interés social, dando paso a la creación de un sistema de CP institucional en el que: «la organización a cargo de la comunicación pública se considera como una institución de la comunidad, sin perjuicio de que se constituya sobre la base material y formal de organizaciones que satisfacen necesidades privativas de determinados grupos».¹²

¹¹ Julio García: *La regulación de la prensa en Cuba: referentes morales y deontológicos*, p. 89.

¹² Manuel Martín Serrano: *La producción social de comunicación*, p. 59.

Otra de las cuestiones fundamentales en la obra de Manuel Martín Serrano es el análisis de los actores de la comunicación, como uno de los componentes del estudio de la mediación cognitiva. Con este propósito, desarrolla una tipología de actores para un análisis de la comunicación pública mediada por productos comunicativos y realiza la distinción entre actores agentes (aquellos que se manifiestan expresiva y/o ejecutivamente), actores comunicantes (intervienen en la elaboración del producto comunicativo) y actores personajes (aquellos de los que se cuenta qué hacen y/o qué dicen). De acuerdo con la investigadora cubana Nora Gámez, este planteamiento se sitúa en una concepción instrumental de los medios y de la mediación, al aparecer unos «agentes» o «mediadores» con «intereses» que «programan» la mediación y están situados fuera de esta.¹³ Muchas cuestiones acerca de la mediación y los mediadores quedan sin ser respondidas, justamente porque el análisis de la producción se circunscribe a los mensajes.

Uno de los principales aportes de la teoría de Martín Serrano es que permite dar cuenta, desde una postura dialéctica, de una de las cuestiones fundamentales de las ciencias sociales: reproducción *versus* cambio social. No obstante, el énfasis que realiza el autor en la reproducción y en los aspectos cohesionadores de la cultura, dejan poco espacio para la negociación y el conflicto y «evacua el modo en que las formas simbólicas también pueden ser usadas para la subversión y la resistencia a ese orden social».¹⁴

El hecho de dejar al margen del análisis los contextos y los procesos de recepción y apropiación, constituye también una

¹³ Nora Gámez: *La mediación como objeto de estudio de la comunicación; críticas y perspectivas*.

¹⁴ *Ibidem*, p. 42.

franca limitante de un estudio de la mediación que se circunscribe al análisis de los productos comunicativos, pues como expresa el catedrático de la Universidad de Cambridge John B. Thompson:

La recepción y apropiación de los productos culturales es un proceso social complejo que implica una actividad permanente de interpretación (...). Intentar interpretar las consecuencias de los productos culturales a partir de los productos mismos es pasar por alto esas actividades permanentes de interpretación y asimilación; es especular del impacto que tienen esos productos en las actitudes y conductas de los individuos sin examinarlos de manera sistemática.¹⁵

Desde América Latina, el destacado comunicólogo colombiano Jesús Martín-Barbero retoma y reelabora la propuesta de Martín Serrano. Siguiendo a Gámez, el giro que tuvo el paradigma de la mediación en América Latina obedece a la necesidad de vincularlo con los estudios sobre recepción y usos sociales de los medios. De ello se deriva el hecho de que «el enfoque de Serrano fue leído a partir de otras fuentes como la semiótica, la sociología de la cultura de Bourdieu, el enfoque del consumo productivo de Michel De Certeau y los Estudios Culturales, todos interesados de lleno en la cuestión de la recepción, y la negociación de la hegemonía que en ella ocurre».¹⁶ Entre los aportes fundamentales de Martín-Barbero dentro del paradigma latinoamericano se encuentra su proposición de desplazar el análisis de la comunicación a la cultura, y de los medios a las mediaciones.

¹⁵ John B. Thompson citado en Nora Gámez: *ob. cit.*, p. 43.

¹⁶ Nora Gámez: *ob. cit.*, p. 47.

La teoría social de la comunicación ha sido también interpelada desde una arista de análisis interesante, y es el hecho de que Martín Serrano ubica al sistema social como interlocutor directo del sistema de comunicación pública, lo cual no deja ver que ese vínculo se establece a través de una mediación múltiple de gran complejidad:

en la que participan todos los componentes del sistema social —el sistema económico, la cultura, la ideología, lo psicológico-individual, lo biológico, el medio ambiente, la ciencia y la tecnología— y en la cual, la relación más directa y determinante corresponde a un subsistema central al sistema social, en tanto ostenta las principales atribuciones del poder, cual es el sistema político y jurídico.¹⁷

De acuerdo con García Luis, no es posible confundir el sistema político de una sociedad con el concepto, mucho más amplio, de sistema social; y siguiendo a Gramsci, una de las funciones del sistema político es la construcción de consenso, lo cual se concreta esencialmente en el terreno de la cultura.

Al describir las principales cualidades de un modelo dialéctico del sistema de comunicación pública, García Luis¹⁸ enuncia un conjunto de elementos de los cuales subrayamos los siguientes:

- El sistema de comunicación pública está determinado, en última instancia, por la estructura sociopolítica y económica prevaleciente, pero al mismo tiempo dispone de autonomía e interdependencia en sus relaciones con ella.

¹⁷ Julio García: *La regulación de la prensa en Cuba: referentes morales y deontológicos*, p. 36.

¹⁸ *Ibidem*, pp. 40-41.

- El sistema de comunicación pública, aunque abierto al entorno, posee sus propias determinaciones internas en forma de estructuras, sistemas de influencias y poder, rutinas, culturas profesionales y modelos de valor, que condicionan la naturaleza de los vínculos con otros sistemas no comunicativos.
- El sistema de comunicación pública, como regla, es funcional a la ideología hegemónica y, de modo más directo, al sistema político-jurídico dominante, lo que no excluye las relaciones contradictorias.
- El sistema de comunicación pública, al mismo tiempo, está profundamente imbricado a los sistemas económico, cultural, tecnológico y psicológico-individual, al punto de formar parte de ellos e integrar una trama de complejo e intenso intercambio.
- Estas interrelaciones regulan el sistema de comunicación pública y ajustan su funcionamiento a los intereses globales del entorno socio-político, cultural y económico. A su vez —cuando existe interdependencia—, el sistema de comunicación contribuye a regular el conjunto de los componentes del sistema social.

De acuerdo con este autor, el impacto que ejercen sobre los sistemas de medios, las ideologías, los hábitos, los mitos, la conciencia moral, constituyen mediaciones sistémicas que contribuyen a regular la comunicación. En igual sentido, el sistema de comunicación pública local, regional, nacional o global es al mismo tiempo un mediador activo del sistema social a todos estos niveles.



ANTOLOGÍA GENERAL ERNESTO CHE GUEVARA

ISBN: 978-1-922501-94-3

La *Antología General Ernesto Che Guevara* constituye la mayor y más completa antología que existe del Che a nivel mundial.

Reúne textos esenciales para comprender la evolución y desarrollo del pensamiento político del joven médico que recorre América Latina, se suma a la lucha insurreccional en Cuba, se convierte en uno de los dirigentes del Gobierno Revolucionario socialista en la Isla y, fiel a sus principios internacionalistas, lidera las gestas guerrilleras en el Congo y en Bolivia.

COMUNICACIÓN COMUNITARIA: PRINCIPIOS ÉTICOS Y RASGOS ESENCIALES

Los enfoques y narrativas actuales acerca del análisis de la incidencia de la comunicación y los medios comunitarios, se enmarcan en una epistemología decolonial que pretende visibilizar la intervención de estos medios en nuevas narrativas para la vida, desde una perspectiva que responde a tres principios básicos: ética, ecología y equidad.¹⁹

Desde tales posicionamientos, se plantea: la necesidad de repensar tanto las políticas públicas como las prácticas de los medios comunitarios para crear condiciones equitativas de participación ciudadana y favorecer la sostenibilidad comunitaria; la consideración de la interdependencia del ser humano con la naturaleza; la importancia del uso racional de los recursos sin destruir ecosistemas; y las luchas por la equidad y eliminación de las desigualdades.

En un esfuerzo reciente de compilación de reflexiones y experiencias empíricas en torno a la comunicación comunitaria, el equipo liderado por la destacada investigadora brasileña Cílicia María Krohling, deja ver determinados rasgos de la comunicación comunitaria, entre los cuales nos parece sumamente pertinente destacar los siguientes:²⁰

¹⁹ Cílicia M. Krohling, Manuel Chaparro y Erick R. Torrico: «Comunicación comunitaria, políticas y ciudadanía».

²⁰ Ídem.

- Según el contexto, se constituye en prácticas diferenciadas de acuerdo a las condiciones operativas, la situación político-ideológica, el grado de conciencia sobre los derechos participativos de la ciudadanía, la percepción que se tiene de comunidad y otros elementos derivados de genuinas circunstancias locales y culturales.
- Se expresa en diferentes lenguajes y formatos (enriquecidos por el uso de Internet), pero no se limita a los canales mediados por la tecnología. Esta comunicación, también calificada como popular o alternativa, pone más énfasis en el proceso que en el medio y busca el fortalecimiento del tejido comunitario y de la acción colectiva.
- Puede hacer referencia a la actividad que tiene lugar tanto en ámbitos territorialmente localizados (como ciudades, municipios, pequeñas comunidades, barrios) o en grupos sociales organizados con características y afinidades ideológicas y culturales.²¹
- Se trata de un fenómeno comunicacional que nunca se desarrolla de forma aislada, ya que es parte de procesos de movilización de segmentos sociales en lucha por sus derechos y por transformaciones de la realidad en beneficio del colectivo.
- Se concreta también en el empuje movilizador de los medios comunitarios, en el marco de las luchas populares y ciudadanas por una sociedad con derechos, por la construcción de lo común y por una comunicación para la vida.

²¹ Desde el punto de vista conceptual, es necesario aclarar que todos estos tipos de experiencias comunicacionales no son calificadas necesariamente de comunitarias, pero sí de comunicación popular o de comunicación alternativa, o aun de comunicación que propicia mejoras sociales y de derecho.

COLECCIÓN DIÁLOGOS EN CONTEXTO



LA CONCEPCIÓN DE LO LOCAL Y LO COMUNITARIO

El asunto de los medios comunitarios y las ciudadanías activas nos convida a varias definiciones de apertura. Entre las primigenias y vinculadas al desarrollo histórico de los medios más próximos, figura precisamente el acercamiento a su espacio de acción. Un espacio que preferimos en este punto de arranque enmarcar como local, pues permite abarcar la diversidad de experiencias que trataremos en las siguientes páginas.

La investigación conduce por dos caminos: uno que indica a lo geográfico y la delimitación espacial, según el cual local podría ser la vivienda, el barrio, la ciudad, la región²² y, por oposición, hasta la nación; otro, reconocido como un «lugar antropológico»²³ que se caracteriza por ser fuente de identidad individual, de relaciones sociales y de historia común. Lo local «está tanto construido por delimitaciones visibles, espaciales, como por instituciones o relaciones sociales, hábitos o creencias que tejen la adhesión localizada, específica»,²⁴ con un marcado significado sociológico. Es un espacio de arraigo donde perderan los valores y en el que se conforma una identidad propia,

²² Carlos Rusconi: «Un lugar en el mundo. Significados y valoraciones de lo local».

²³ Marc Augé: *Los no lugares. Espacios de anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*.

²⁴ Alain Mons: *La metáfora social. Imagen, territorio, comunicación*, p. 129.

ligada a rituales que involucran ámbitos y personas «que contribuyen a la definición de una historia común, de nuestras relaciones con los otros y dan identidad al lugar».²⁵

Adentrarse en las propuestas sobre la actuación de los medios en los microespacios requiere también una mirada a lo que se ha entendido por comunidad, así como a los posicionamientos desde los cuales se han realizado estos planteamientos.

Para cualquier ejercicio de revisión sobre el concepto de comunidad, conviene establecer los aspectos en los que radican los énfasis de las diferentes perspectivas. A principios de este siglo, un equipo multisectorial y multidisciplinar, liderado por la socióloga cubana Aurora Vázquez, examinó parte importante de la producción del momento, e identificó algunos de los elementos más aceptados para definir comunidad:²⁶

- Se constituye como grupo humano.
- Comparte un determinado espacio físico-ambiental o territorio específico.
- Tiene una permanencia en el tiempo apoyada en una o en un conjunto de actividades económicas, sobre todo en su proyección más vinculada a la vida cotidiana.
- Desarrolla un amplio conjunto de relaciones interpersonales.
- Integra un sistema de interacciones de índole sociopolítica.
- Sostiene su identidad e integración sobre la base de la comunidad de necesidades, intereses, sentido de pertenencia, tradiciones culturales y memoria histórica (y la

²⁵ Carlos Rusconi: *ob. cit.*, p. 3.

²⁶ Aurora Vázquez: *Prevención social. Contribuciones teóricas y prácticas desde Cuba.*

diferenciación respecto a sistemas sociales externos: otras comunidades, la sociedad...).

- Es parte de sistemas sociales mayores.

Más recientemente, desde la psicología comunitaria, la investigadora Claudia Caballero identifica dos ejes que guían la producción científica cubana en torno a la comunidad. Al respecto plantea que «unido a la demarcación territorial, el otro énfasis se coloca en la elaboración subjetiva colectiva: reconocerse como parte integrante del lugar, aportar a su mantenimiento y desarrollo y tejer relaciones que favorezcan la satisfacción a necesidades». ²⁷ Al plantear que para que una comunidad sea considerada como tal, estos elementos no necesariamente deben manifestarse en su máxima expresión o en un estado ideal, la autora defiende la postura que asume una perspectiva transformadora de la comunidad, y asigna a la psicología comunitaria la función de fortalecer dichas construcciones subjetivas, como condición que puede propiciar mejores condiciones de vida y bienestar para la localidad.

Este énfasis en las subjetividades se conecta con la noción que concibe a la comunidad como sujeto de la cultura. En tal sentido, desde la Universidad Central «Martha Abreu» de las Villas (UCLV) el prolífero académico cubano Manuel Martínez Casanova destaca los rasgos socioculturales que le configuran: la participación en torno a tareas comunes, las relaciones de cooperación y la implicación de sus miembros en todo ello. ²⁸ En consonancia con esta perspectiva, Rafaela Macías Reyes, profesora e investigadora de la Universidad de Las Tunas, subraya

²⁷ Claudia Caballero: *Articulación de las redes sociales personales e institucionales para la satisfacción de necesidades comunitarias*, p. 10.

²⁸ Manuel Martínez: *Aspectos socioculturales del desarrollo comunitario*.

factores inherentes a la naturaleza sociocultural del concepto, tales como el entramado de interacciones y representaciones simbólicas que determinan la existencia y los límites de la comunidad, más allá de sus demarcaciones espaciales.²⁹

Desde las ciencias sociales cubanas, es importante destacar el principio de autodesarrollo comunitario trabajado por el Centro de Estudios Comunitarios de la UCLV. Desde esta casa de altos estudios, la investigadora Anabel Díaz Hurtado explicita las bases sociológicas sobre las que se asienta la concepción de comunidad planteada en esta propuesta. De tal forma, ubica la producción científica de la institución como parte de la tradición de los estudios sociológicos cubanos, comprometidos con examinar la realidad propia desde una postura dialéctica que promueva la idea emancipadora del desarrollo como proyecto de vida colectiva.³⁰

En este empeño, la autora establece algunas de las nociones sobre comunidad subyacentes en el principio de autodesarrollo comunitario:

- La comunidad como grupo social donde la participación y cooperación de sus miembros posibilita proyectos dirigidos a la transformación de su realidad.
- Lo comunitario como un tipo de relación social que se estructura a partir de los vínculos de simetría social existentes entre sus miembros. (Con ello se considera lo comunitario como cualidad del desarrollo).
- La comunidad como espacio donde se producen prácticas transformadoras de las problemáticas sociales y otras

²⁹ Rafaela Macías: *El trabajo sociocultural comunitario. Fundamentos epistemológicos, metodológicos y prácticos para su realización.*

³⁰ Anabel Díaz: *La concepción de comunidad en el principio de Autodesarrollo Comunitario desde la sociología clásica europea.*

reproductoras del estado de cosas que generan tales problemáticas.

A modo de resumen, resultan sumamente útiles los aspectos sistematizados por las destacadas investigadoras cubanas María Isabel Romero y Marta Rosa Muñoz alrededor de la conceptualización de comunidad:³¹

- Es un grupo social con relaciones y lazos comunes, que comparte determinados intereses y participa de algún objetivo o interés común.
- Se caracteriza por la interacción social sostenida, cooperación y participación social en un contexto determinado.
- Le es inherente la identidad que incluye el sentimiento o conciencia de similitud y pertenencia, que hace que la gente se perciba y sea percibida como parte de una red de relaciones que la identifican con la comunidad de la que forma parte.
- Es una unidad histórico-social manifiesta en la presencia de costumbres, valores, estilos de vida, tradiciones y símbolos compartidos.
- Le define la acción social vinculada a la satisfacción de necesidades, solución de problemas cotidianos y el desempeño de funciones sociales relevantes.
- Es una forma histórica de relación social que produce instituciones y valores tales como la solidaridad, el servicio, el compartir bienes materiales y espirituales, entre otros.

³¹ María Isabel Romero y Marta Rosa Muñoz: «Comunidad y desarrollo comunitario: aspectos teóricos y metodológicos».

Posicionadas también en el principio de autodesarrollo comunitario, las autoras destacan:

(...) lo imprescindible de asumir a la comunidad como sujeto de transformaciones sociales, la necesidad de analizarla en perspectiva histórica, de caracterizar los elementos que la conforman, de identificar el sistema de contradicciones que actúan como fuerza motriz del desarrollo; todo lo cual requiere de procesos de formación a fin de que se constituya como comunidad en emancipación.³²

En tal sentido, la revalorización de la comunidad como espacio estratégico para el desarrollo integral, pasa también por la reivindicación de la comunicación y la cultura como ejes facilitadores y dinamizadores de los procesos de cambio. En este proceso la comunicación se erige en un arma fundamental para la transformación de la sociedad, si se asume como dimensión constitutiva del desarrollo y como condición indispensable para su consecución.

³² Ibídem, p. 87.

OTROS TÍTULOS DE OCEAN SUR



EL COMPROMISO DE LOS INCONFORMES ENTREVISTAS A JÓVENES PERIODISTAS CUBANOS

Liudmila Peña Herrera y Rodolfo Romero Reyes

En *El compromiso de los inconformes* cada conversación trasciende el marco de lo personal para abordar el panorama del periodismo de factura nacional, sus aciertos y deficiencias, los temas pendientes y los desafíos a superar. De ahí que no importe por qué caminos lleguemos a este libro: una vez que nos encontremos con él, hallaremos mil razones que lo convierten en necesario y entrañable.

158 páginas, 2021, ISBN: 978-1-922501-15-8

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ESPACIO LOCAL: LAS NOCIONES DE TERRITORIO COMUNICATIVO Y MEDIOS LOCALES

En su propuesta metodológica para los estudios de recepción de radios comunitarias, Carlos E. Valderrama y Sandra L. Osses, investigadores de la Universidad de Bogotá, desarrollan la concepción de territorio comunicativo, en aras de situar el componente comunicativo en el marco de una recepción contextualizada del medio local, desde el punto de vista cultural y espacio-temporal.³³ En primer lugar, la propuesta se inserta en una comprensión del territorio que tiene en cuenta su carácter multidimensional; contentivo de los sentidos históricos de las prácticas sociales; los espacios públicos; las acciones colectivas, los ordenamientos espaciales que resultan de la tensión entre lo público y lo privado, y toda la dinámica relacional situada.³⁴ De este modo, su noción de territorio también se articula con las concepciones acerca de las disputas por el poder y, aunque no explícitamente, con la construcción de ciudadanía; pues de acuerdo con los autores, las apropiaciones del espacio geográfico emergen de múltiples interacciones

³³ Carlos E. Valderrama y Sandra L. Osses: «El proceso es el modelo. Hacia el estudio de recepción de radios comunitarias».

³⁴ Ídem.

entre diversos agentes que configuran relaciones de poder que entran en disputa por el territorio, las cuales se constituyen por flujos y reflujos comunicativos, mediáticos o no mediáticos, que además contribuyen a que el territorio esté en movimiento.

En tal sentido, definen que «el territorio comunicativo habla de los tiempos y los espacios de interacción, de los juegos de poder, del diálogo que establecen los y las oyentes en función de lo local y de las maneras como en la vida cotidiana se vive, se representa y se tiene la experiencia de “eso” local».³⁵

Es precisamente este territorio más próximo, con interacciones e identidad particulares, el que asumen para su desarrollo los medios locales, en un área que por lo general involucra a una ciudad y sus alrededores —un municipio, o parte de él en el caso de Cuba, y que va a tener como receptor a una comunidad con intereses y necesidades comunicativas definidas y por lo general más o menos homogéneas, que no necesariamente coinciden con los de la nación en su conjunto.

El medio local será en gran medida un reflejo de ese espacio de acción, asumirá de él rasgos y características que lo distinguirán de otros, a la vez que le conferirán semejanzas con su localidad. «Un medio local existe en relación con un espacio social, con el que mantiene una relación de retroalimentación mutua. El público se reconoce como identificado, se ve reflejado como si estuviese ante un espejo».³⁶

³⁵ *Ibidem*, p. 120.

³⁶ Fermín Galindo, Manuel Villar y Xosé López: «El valor social de la información de proximidad», p. 2.

Por su parte, el catedrático español Juan Maciá Mercadé propone seis características necesarias para que un medio pueda ser considerado como local:³⁷

- *la sede territorial*: ubicado en una ciudad, municipio, comunidad;
- *el ámbito de difusión y cobertura*: transmisiones destinadas al espacio delimitado reducido en el que se insertan, que suele comprender un municipio o ciudad y su zona de influencia;
- *la vocación e intencionalidad de la publicación*: «de servicio público informativo a la comunidad humana y socialmente más abarcable», corresponde al ámbito local cercano y a los intereses y objetivos a los que responde;
- *el tratamiento de los contenidos*: próximos, de interés local que no necesariamente trasciendan ese ámbito o de carácter nacional e internacional que cobren importancia o repercusión en el espacio local;
- *la percepción del receptor*: como protagonista-testigo-gestor-destinatario de las informaciones que reflejan sus inquietudes e intereses;
- *la relación con las fuentes de información institucionales*: de la propia localidad – comunidad, municipio o ciudad – que son a la vez fuentes, gestoras y receptoras, como miembros del mismo espacio común.

Es por ello que, a pesar de que los formatos y géneros que conforman un medio local son la mayoría de las ocasiones similares

³⁷ Juan Maciá citado en Dagmar Herrera: *Televisión y desarrollo: articulaciones desde lo local. Propuesta de modelo de televisión local para el desarrollo de los municipios cubanos*, pp. 43-44.

a los empleados por los tradicionales, su puesta en marcha es, en sí misma, un hecho trascendental. Sus objetivos, la voluntad por crear una oferta alternativa con contenidos, protagonistas e ideas que son parte de la cotidianidad de los espectadores y próximas a su realidad, y la oportunidad de que estos intervengan en su gestación, lo van a diferenciar, desde sus raíces, de cualquier otro proyecto.

La presencia de un medio de comunicación en el espacio local tiene considerables potencialidades para favorecer el desarrollo cultural comunitario, en tanto enriquezca las prácticas culturales de la comunidad, gestione los valores culturales locales; propicie una red de articulaciones entre instituciones, organizaciones comunitarias y actores del desarrollo local, funcione como espacio de canalización de los principales problemas de la comunidad, propicie una participación sustantiva de los actores locales en el medio, y estos se apropien realmente de los procesos y contenidos comunicacionales.

Entre los medios locales con vocación pública encontramos dos vertientes fundamentales, los comunitarios y los de proximidad, propios los primeros de la tradición latinoamericana y de la europea los siguientes.

Más allá de las clasificaciones se dirigen a comunidades conformadas por públicos reunidos en un espacio local circunscrito a un municipio, comunidad, etc., o diseminados territorialmente, pero con intereses comunes que confieren pertenencia a un mismo grupo. Constituyen una vía de rescate de la memoria histórica de los espacios en los que se ubican, además de afianzar las identidades locales. Responden a los intereses de los habitantes de su localidad a través del reflejo de lo cercano —lo próximo—, sin excluir informaciones de ámbitos mayores pero con una presencia mayoritaria de contenidos producidos *in situ*,

por el propio medio y cuyas fuentes fundamentales son parte del público meta.

Como diferencias más notables destacamos las condiciones de surgimiento: mientras en América Latina nacen como una vía de contraponerse desde los microespacios al sistema hegemónico de medios que no da cabida a los intereses comunitarios; en Europa son, además, una forma de complementar a este sistema y preservar los valores nacionales, fundamentalmente a través de desconexiones regionales.

En cuanto a la propiedad, los comunitarios son mayoritariamente pensados y puestos en práctica desde las propias comunidades y rara vez su programación trasciende de estas fronteras hacia espacios de mayor cobertura. Mientras los de proximidad integran en ocasiones intereses de cadenas nacionales que le dan surgimiento.

La participación ciudadana es otro de los temas que marcan la diferencia fundamental, pues en la experiencia latinoamericana se habla de medios hechos *en y por* la comunidad, producidos con el concurso de esta; y en la europea prima la representatividad y el reflejo del público en la pantalla más que su participación directa. Es posible hablar entonces de medios *en la localidad, para la localidad y de la localidad*.

Cada una de estas experiencias responde a las condiciones del entorno en que se desarrolla, el momento histórico en el que surge y el grado de legalidad que la ampara. La diferencia de modelos sociales imperantes en ambos continentes define también, desde su surgimiento, a las prácticas de los medios.

OTROS TÍTULOS DE OCEAN SUR



HEGEMONÍA Y CULTURA EN TIEMPOS DE CONTRAINSURGENCIA «SOFT»

Néstor Kohan

¿Y si se hacen públicas las fotos de torturas en Guantánamo y Abu Ghraib? La «democracia republicana» y su liberalismo solo «interrogan de manera fuerte». ¿Y si se descubre el dinero sucio de la inteligencia norteamericana en ONGs, blogs y sitios webs? ¡Negar todo! ¡Son iniciativas de «la sociedad civil»! ¿Se puede entonces resistir? Sí, se puede. Baraguá. Moncada. Girón. Goliat no es invencible.

120 páginas, 2021, ISBN 978-1-922501-29-5

MEDIOS EN, PARA Y POR LA COMUNIDAD: APUNTES HISTÓRICOS

Uno de los referentes más remotos de medios de comunicación intencionalmente enfocados a un público local se halla en la Europa del siglo XVIII con el surgimiento de la prensa provincial en 1750, bajo la forma de fascículos o sueltos que eran impresos algunas veces por mes en pequeñas cantidades. Esta prensa va a desempeñar una importante función en la consolidación de los movimientos de resistencia en diferentes momentos de la historia del continente y para finales de siglo XIX se afianzan como diarios que responden a tres, cuatro o una decena de departamentos.³⁸

El diario local se va definiendo como aquel difundido en un sitio determinado que tiene como base de su contenido a los acontecimientos locales, sin perder de vista las informaciones generales de política y cultura. Maciá define a la prensa local como aquellas publicaciones periódicas que se editan y distribuyen en los municipios y núcleos urbanos que tienen identidad propia y cuyo contenido informativo responde a temas que afectan directamente a la vida municipal... «Suplen el vacío que generan los grandes medios de comunicación... Difunden principalmente todas las noticias que genera el entorno propio».³⁹

³⁸ Marc Martin: *La presse régionale. Des affiches aux grands quotidiens*.

³⁹ Juan Maciá citado en Dagmar Herrera: *Televisión y desarrollo: articulaciones desde lo local. Propuesta de modelo de televisión local para*

En el campo de la radio, una de las primeras experiencias reconocidas por llevar la comunicación a un espacio más reducido se desarrolla en América Latina a finales de los años cuarenta del pasado siglo y se inscribe dentro de la fuerte tradición de medios educativos, populares y comunitarios desarrollada en el continente. El inicio de este movimiento se encuentra en el año 1947 con el surgimiento de Radio Sutatenza, del padre Joaquín Salcedo, quien se da cuenta de que mediante la radio su prédica podía llegar más rápido a un mayor número de feligreses. La emisora colombiana, que inicia sus transmisiones con equipos de radioaficionados, se crea con la doble labor de evangelizar y alfabetizar a los campesinos de la parroquia, bajo la concepción de que, si aprendían a leer y escribir, sería más fácil salir de la pobreza.

Acción Cultural Popular (ACPO): Radio Sutatenza, es reconocida como la escuela radiofónica de mayor impacto en el continente y la primera vez que se emplean las potencialidades de la radio con fines educativos. Constituye la principal antecesora del movimiento de Radios Educativas o Escuelas Radiofónicas que van a iniciarse en países de todos los continentes. Su éxito impactó en la Iglesia y la experiencia se multiplicó, sobre todo en las zonas rurales.⁴⁰

Casi al mismo tiempo, la clase trabajadora del continente descubre también las potencialidades del medio y en 1952 crea la radio sindical, tribuna primero de los mineros de Bolivia, luego de sindicatos fabriles y campesinos que la emplean como una vía para dar a conocer sus luchas, movilizar y mantenerse intercomunicados.

el desarrollo de los municipios cubanos, p. 44.

⁴⁰ Hernando Bernal: «Réquiem por Sutatenza».

Sin grandes conocimientos del lenguaje radial ni la conformación de programas educativos, comunicativos o políticos definidos, sin un dominio de las potencialidades reales de opinión y discusión de los sectores populares y reproduciendo el esquema tradicional de la comunicación, las radios católicas y mineras tuvieron el mérito de haber iniciado en América Latina un fuerte movimiento de subversión del uso de los medios a favor de las clases populares. Ambas experiencias buscaban ampliar su influencia, su base de apoyo, llegar a muchos, hacerse oír, fortalecer sus organizaciones.

Desde sus inicios resalta la variedad de denominaciones bajo las que se inscriben a nivel mundial: comunitarias, ciudadanas, locales, educativas, populares, alternativas, municipales; todas con la intención de ser un canal más próximo al pueblo, darle voz, informarlo, educarlo, mejorar sus condiciones de vida y lograr mayores niveles de participación, a la vez que se contraponen al discurso hegemónico tradicional de los grandes medios.

Un hecho trascendental para la historia de la radio comunitaria en la región lo fue sin duda el nacimiento de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) en 1972. Esta institución surge con el fin de impulsar el desarrollo de la radio comunitaria en el continente desde la emisión de contenidos que reflejen los intereses del pueblo, la producción de programas con lenguaje coloquial que privilegie la oralidad, con humor y libertad de sugerencias y que a la vez representen la identidad popular e impulse la participación del pueblo.

En agosto de 1983, 11 años después de la fundación de ALER, unos 600 comunicadores provenientes de 36 países se reunieron en Montreal, Canadá, y formaron lo que en principio se denominó Asociación Mundial de Artesanos de la Comuni-

cación (AMARC). Según sus propios documentos, la condición fundamental para sumarse a esta organización era que el trabajo de las emisoras fuera democrático y constructor de comunidad. AMARC surge así como espacio de articulación de una gran variedad de experiencias que aparecen en aquellos años ochenta en casi toda América Latina.⁴¹

Más allá de las particularidades de las experiencias, las radios comunitarias «surgen y actúan vinculadas a las necesidades comunicacionales de los sectores populares y son medios de comunicación con objetivos que los trascienden, en el sentido de tener como horizonte el cambio social y la construcción de sociedades justas y democráticas».⁴²

En el siglo XXI, a pesar de la emergencia de nuevos medios y formatos, las experiencias educativas, populares y comunitarias gestadas desde la radio han mantenido su vigencia y el medio se afianza en las zonas rurales por impulsar participación y promover interacción social. Las nuevas tecnologías han sido aprovechadas para disminuir la brecha digital existente en las zonas rurales de Latinoamérica, desde, por ejemplo, la mejora de los sistemas de edición, y la generación de alianzas con otras estaciones.

Como parte de las mayores dificultades que han atravesado históricamente las experiencias locales de radio se encuentran la falta de reconocimiento legislativo —logrado ya en algunos países— y la carencia de recursos que las coloca en desigual competencia en el mercado comunicativo internacional y las lleva a desaparecer, en muchas ocasiones.

⁴¹ Adrián Pulleiro: *La radio alternativa en América Latina: experiencias y debates desde los orígenes hasta el siglo XXI*.

⁴² Adrián Pulleiro: *ob. cit.*, p. 14.

La televisión es, por su parte, el medio que más recientemente se incorporó a la transmisión en el espacio local. Es quizás por su novedad, o por conjugar en sí misma potencialidades de los lenguajes de la radio y la prensa impresa, que se desarrolla en uno de los ámbitos más competitivos.

Entre las primeras prácticas que ubican al medio en el contexto local podemos resaltar a las televisiones universitarias. La primera utilización en funciones docentes que se realizó en América Latina tuvo lugar en Cuba, en el mes de diciembre de 1950 por iniciativa de la Universidad de La Habana, muy poco tiempo después de haber sido introducido el medio en el continente. Le siguieron México: 1955, Chile: 1957, Colombia: 1970 y Venezuela: 1974. Las televisiones universitarias en sus inicios poseían vocación eminentemente educativa y cultural con fines formativos o de promoción de sus servicios, eran estaciones modestas en sus instalaciones y equipamiento técnico, muchas de las cuales no llegaron a sobrevivir frente a la competencia privada. Otras fueron víctimas de las luchas de poder entre grupos políticos en el interior de las universidades, que pugnaban por controlar los canales.⁴³

Un estudio realizado por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) sobre el desarrollo del medio audiovisual en universidades del continente latinoamericano, ubica a estas experiencias dentro del nivel de la comunicación comunitaria, pues su filosofía y muchos de sus propósitos tienen puntos de contacto con las propuestas mediáticas para el ámbito local, y agrega que entre los objetivos y misiones de muchas de estas televisoras se encuentran:

⁴³ Tamara Roselló: *TV Universitaria: apuntes sobre una alternativa de comunicación*.

estimular la participación de la comunidad universitaria en el diseño y realización de sus programas; atender las necesidades informativas de sus usuarios, en un permanente intercambio con ellos y servir de puente con la sociedad, como parte de la extensión universitaria, así como por llevar a la pantalla temas más universales, de interés para el desarrollo de la nación.⁴⁴

Estos objetivos hallan múltiples puntos de encuentro con los que dan lugar y sustentan a las actuales televisoras de cobertura local.

Según el investigador boliviano Alfonso Gumucio Dagron, en 1984, momento en que se autorizaron los primeros canales privados de televisión en Bolivia, ya existían ocho estaciones universitarias de televisión abierta en ese país, o sea, que transmitían para toda la población urbana y no solamente en el interior del *campus* en que radicaban.⁴⁵

Otros importantes antecedentes podemos ubicarlos en los movimientos de video popular y «cineclubes»⁴⁶ desarrollados en países del continente como Brasil, Colombia y Venezuela desde los años ochenta. El video era utilizado como medio de expresión de las comunidades organizadas y de los movimientos sociales con el registro de imágenes de lo que sucedía a diario. De estos mismos proyectos se consolidaron grupos que luego comenzarían a desarrollar televisoras comunitarias como Beira Linha, en Brasil, que tuvo su génesis en el grupo de video

⁴⁴ Tamara Roselló: *ob. cit.*, p. 35.

⁴⁵ Alfonso Gumucio: «La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: púlpito».

⁴⁶ Los cineclubes eran espacios dentro de las comunidades para la recepción colectiva de películas. En el contexto cubano actual encuentran su homólogo en las Salas de Video.

popular TV Sala de Espera⁴⁷ y Catia TV en Venezuela. A decir de creadores de este último: «Este movimiento se convirtió en los cables de una red que conectó a la comunidad. Así se creó una red de noticias del barrio basada en la creación y reproducción en el cineclub de estas cintas».⁴⁸

En América Latina, la televisión comunitaria se conecta con la necesidad de otorgar voz a sectores históricamente silenciados. Estas televisiones se desarrollan a la luz de la comunicación alternativa, la cual surge en la región como una amplitud y diversidad de experiencias que toman la forma de esfuerzos comunicativos contestatarios en el marco de luchas sociales.

A partir de su estatuto de servicio público, esta televisión con incidencia en las localidades se pensó siempre como de «interés comunitario». En la mayoría de los casos surgen a raíz de demandas de los espacios locales, con recursos y personal de estos, transmiten programaciones realizadas en y por la comunidad que reflejan el acontecer, identidad, incertidumbres y regocijos cotidianos, a la vez que promueven el cambio al problematizar sobre su realidad. Se demuestra en la práctica su objetivo de cumplir una misión social y cultural para la defensa de los intereses públicos.

En palabras de Alfonso Gumucio Dagron:

La televisión comunitaria nace como una solución propia que se da en las comunidades para responder a un vacío de comunicación que ahoga las voces locales. Ni pulpo, ni púlpito. La televisión comunitaria no pretende imponerse a gran escala, ni tampoco establecer una prédica unilateral.

⁴⁷ Ana María Roura y Liliet Salazar: *La Televisión Comunitaria: del Registro Local a la Realización Participativa*.

⁴⁸ Catia TV citado en Ana María Roura y Liliet Heredero: *La Televisión Comunitaria: del Registro Local a la Realización Participativa*, p. 206.

Recoge más bien el palpito de la comunidad, el pulso de la vida cotidiana.⁴⁹

La visión del nuevo continente implica la participación directa de los miembros de la comunidad como entes activos del proceso comunicativo y la readecuación del esquema clásico de la comunicación.

Fuera de América Latina, lo que conocemos como «televisión local» tiene sus inicios en las Televisoras de Acceso Público (TVAP), creadas en Estados Unidos y en Canadá a finales de los años sesenta e inicios de los setenta del pasado siglo. Estas experiencias empleaban como soporte a la televisión por cable para usos no comerciales. Contaban con alcance regional y apoyo de los gobiernos regionales o municipios y buscaban desarrollar objetivos educativos, culturales y participativos. Sus comienzos se identifican cuando la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) de Estados Unidos, obligó a las nuevas empresas de televisión por cable con más de 3 500 abonados, a proporcionar gratuitamente por lo menos cinco minutos diarios de producción y emisión televisiva, a todo grupo comunitario y representativo que deseara difundir mensajes no comerciales.⁵⁰ El apoyo gubernamental que marcó el origen de estas televisoras, las colocó en un contexto legislativo favorable que les respaldaba, y permitió que contaran con personal capacitado profesionalmente. En este aspecto, se diferencian de muchas de las experiencias latinoamericanas de televisión comunitaria, que se enfrentaron durante muchos años a la ausencia de un cuerpo legal que les amparase.

⁴⁹ Alfonso Gumucio: «La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: palpito», p. 1.

⁵⁰ Mario Gutiérrez: *La democracia en la Media*.

En Europa, los canales televisivos que se ubican en un ámbito geográfico menor y defienden intereses locales, están comprendidos en la denominada «televisión regional» o «televisión en las regiones».

Con el propósito de trazar el mapa de la televisión en las regiones de la Unión Europea, para luego teorizar sobre dichas experiencias, establecer tipologías y avanzar propositivamente en el terreno de las políticas, nació en 1992 el grupo EURORETV (grupo de estudios sobre la televisión en las regiones, nacionalidades y pequeños países de Europa), bajo la coordinación de los investigadores Miquel de Moragas (Universidad Autónoma de Barcelona) y Carmelo Garitaonandia (Universidad del País Vasco). Esta investigación primigenia sentó las bases de muchas de las pesquisas posteriores sobre experiencias regionales y locales de televisión.

Para referir la diversidad de las raíces de la práctica televisiva regional en Europa, EURORETV propuso los siguientes grupos: de tipo político administrativo en algunos casos (la descentralización televisiva como consecuencia de los procesos de descentralización administrativa de los años setenta y ochenta en algunos países europeos como Francia, Italia, España y Portugal), de tipo político institucional en otros (básicamente en Alemania y en Bélgica, estados de estructura federal en que las organizaciones televisivas calcan la regionalización de tipo fundacional), de carácter económico y comercial, con trasfondo político (es el caso de la televisión en Gran Bretaña, y en cierto modo de las televisiones locales regionales privadas italianas), de carácter cultural y lingüístico, también con trasfondo político (en el caso de algunas «regiones nacionales» con lenguas y culturas diferenciadas: Cataluña, País Vasco, Gales, Frisia); de carácter geográfico (la insularidad y la distancia física

explican el surgimiento de televisiones autónomas o independientes en los archipiélagos atlánticos de Azores, Madeira, Faroe, y en Groenlandia).⁵¹

La sistematización resultante del trabajo investigativo liderado por Moragas y Garitaonandia posibilitó una aproximación tipológica a la televisión en las regiones, la cual quedó clasificada en siete modelos: televisión de producción delegada en la región, televisión descentralizada, televisión de desconexión regional, televisión de organización federada, televisiones de gestión autónoma, televisiones regionales de cobertura supra-regional, nacional y/o internacional, y televisiones locales de influencia regional.⁵²

La multiplicidad del fenómeno televisivo regional en Europa da cuenta también del impacto cultural de estas experiencias. «La abundancia de experiencias televisivas regionales que operan en áreas geográficas con una identidad cultural y lingüística diferenciada ponen de manifiesto el importantísimo rol que la televisión juega en el mantenimiento de las identidades culturales y, muy especialmente, de aquellas consideradas como minoritarias o minorizadas».⁵³

El concepto «televisión de proximidad» parte de las investigaciones promovidas desde el Consejo de Europa en los años ochenta. Miquel de Moragas define la televisión de proximidad como aquella que se dirige fundamentalmente a una comunidad humana de tamaño medio o pequeño, delimitada territorialmente, con contenidos relativos a su experiencia cotidiana, a

⁵¹ Bernat López: «La televisión en las regiones de Europa: una investigación pionera».

⁵² Carmelo Garitaonandia: «Las televisiones regionales en Europa».

⁵³ Bernat López: «La televisión en las regiones de Europa: una investigación pionera», p. 3.

sus preocupaciones y problemas, a su patrimonio lingüístico, artístico y cultural y a su memoria histórica. De acuerdo con el autor: «(...) esta noción de proximidad no implica tan solo la difusión de contenidos próximos (significativos, para los ciudadanos, en el sentido que apelan a signos, referentes, de su realidad cotidiana e inmediata), sino también a su producción *in situ*».⁵⁴ El académico español Bernat López (1998), miembro del grupo dirigido por Moragas y Garitaonandia, plantea que este término si bien no tiene que ser sustitutivo de los anteriores, engloba a todas las experiencias que comparten el hecho de basar su existencia en una relación territorial y comunicativa muy próxima a su audiencia.⁵⁵

⁵⁴ Miquel de Moragas: *Televisiones y regiones en desarrollo. Posibilidades en la era digital*, p. 26.

⁵⁵ Bernat López: «Televisión de proximidad y culturas minoritarias: complejidades de una relación».

REVISTA CONTEXTO LATINOAMERICANO



Publicación de la Editorial Ocean Sur que pretende analizar los procesos políticos y la coyuntura actual en América Latina y el Caribe desde un posicionamiento crítico y revolucionario, rescatar la memoria histórica del continente, traer la filosofía y el marxismo, actualizados, a nuestras luchas por la emancipación y promover el debate.

MEDIOS COMUNITARIOS: PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE SU GESTIÓN

A menudo, la referencia a lo que conocemos como medios comunitarios se caracteriza por el uso de términos afines que han servido para nombrar a las diferentes experiencias de acuerdo a las particularidades de sus contextos de implementación. De tal modo, encontramos la alusión a medios alternativos, ciudadanos, participativos, populares, radicales, de resistencia, autónomos, tercer sector audiovisual, medios de la sociedad civil, entre otras denominaciones.⁵⁶

En el marco específico de la televisión local, el destacado investigador boliviano Alfonso Gumucio propone cinco condiciones indispensables para la integración de un medio en el marco comunitario: *la participación comunitaria*, entendida como el protagonismo de la comunidad a lo largo de todo el proceso de gestación, instalación y gestión del medio, así como en la búsqueda de cambios sociales y mejoramiento de las condiciones de vida; *el tratamiento de contenidos locales* en el cumplimiento de su función educativa y formativa en beneficio de la comunidad, y de rescate y preservación de las tradiciones locales, la memoria cultural y la producción cultural y artística de la

⁵⁶ Natalia García y Caroline Ávila: «Nuevos escenarios para la comunicación comunitaria. Oportunidades y amenazas a medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil a partir de la aplicación del nuevo marco regulatorio ecuatoriano».

localidad; el empleo de *la tecnología apropiada*, que posibilite una producción de calidad al tiempo que pueda ser gestionada por los miembros de la comunidad y cuyo manejo esté al alcance de los técnicos; *la pertinencia cultural y lengua*, como expresión de las raíces del medio en la cultura local y de afirmación de la identidad propia, lo cual pasa tanto por los aspectos visuales del medio como por el lenguaje empleado; y *la convergencia*, entendida como conformación de redes con experiencias similares y posibilidades de converger hacia nuevas tecnologías que faciliten el diálogo y el alcance.⁵⁷

De manera complementaria a estas características, pero esta vez en referencia directa las radioemisoras comunitarias, Gumucio y Herrera apuntan lo que les define e identifica:⁵⁸

- *Derecho a la comunicación*: el ejercicio de un derecho fundamental que garantiza la participación de la ciudadanía en la vida colectiva de la nación.
- *Construcción de ciudadanía*: a través de la participación y del diálogo comunitario, que contribuye en procesos locales de democratización.
- *Propiedad colectiva*: la organización social comunitaria asume no solamente la gestión de los recursos (equipos, financiamiento), sino también del proceso mismo de comunicación.
- *Espíritu autogestionario*: desarrollo de la capacidad local de agencia para llevar adelante los procesos de comunicación de manera autónoma.

⁵⁷ Alfonso Gumucio: «La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: púlpito».

⁵⁸ Alfonso Gumucio y Karina Herrera: *Políticas y legislación para la radio local en América Latina*, p. 229.

- *Orientación libertaria*: capacidad de representar con pluralidad e independencia a la comunidad sin ataduras político-partidistas o de grupos de interés económico.
- *Especificidad cultural*: potencial de rescate, revitalización y proyección de la cultura local, basada en la lengua propia y las tradiciones.
- *Creatividad local*: capacidad de crear contenidos propios, independientemente de los otros medios y actores.

Como uno de los principales desafíos que debe enfrentar un medio de carácter comunitario, el propio Gumucio señala el asunto de la sostenibilidad. De acuerdo con el investigador boliviano, el tema no se agota en el asunto de la sostenibilidad económica, sino que también es necesario atender, como aspectos fundamentales de la gestión, la sostenibilidad social y la institucional.⁵⁹

La sostenibilidad social está íntimamente relacionada con la participación de los actores sociales, con el respaldo de la audiencia desde el punto de vista de su cantidad pero también de la calidad de su compromiso, y con la apropiación del proceso comunicacional. La sostenibilidad institucional es el marco que facilita los procesos participativos. Por una parte, tiene que ver con el marco legal, las regulaciones y políticas de Estado existentes; y por otra, está relacionada con los procedimientos y relaciones humanas y laborales en el interior de la experiencia, es decir, la democracia interna, los mecanismos de decisión y la transparencia de la gestión.⁶⁰

⁵⁹ Alfonso Gumucio: «Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios».

⁶⁰ Ídem.

Como expresa este autor, el eje de la sostenibilidad social es el proyecto político comunicacional porque establece, a largo plazo, la dirección y el camino a seguir: ¿quiénes intervienen en la definición del proyecto?, ¿cómo se toman las decisiones principales sobre los contenidos, la política informativa, la programación? Tiene que ver además con la apropiación del proceso comunicacional y con los aspectos organizativos, culturales y lingüísticos que le son inherentes. Esta vinculación con los miembros de la localidad es lo que garantiza la consolidación y permanencia en el tiempo de los medios comunitarios. La apropiación del proceso comunicacional es, en palabras de Gumucio, el elemento constitutivo más importante de la sostenibilidad social. Ella se expresa a través de la participación de los sujetos sociales en la gestión del medio de comunicación comunitario y se concreta cuando la comunidad asume el medio en todos sus aspectos: la política comunicacional, la tecnología y la gestión administrativa.⁶¹

El tema de la regulación ha sido también apuntado por diferentes autores desde las diversas experiencias nacionales en lo relativo a la gestión de los medios de comunicación comunitarios. El asunto cobra vital importancia, pues como dijera el doctor en Ciencias de la Información Martín Becerra, «el modo en que se regula el sector de los medios es un indicador de peso para analizar la configuración del espacio público que se proyecta desde el Estado».⁶² En 2004, el Foro Europeo de Medios Comunitarios (CMFE) —una organización nacida para representar los medios comunitarios en el nivel europeo— solicitaba al Consejo de Europa, en el ámbito de la legislación: apoyo

⁶¹ Ídem.

⁶² Martín Becerra: «Medios de comunicación: América Latina a contramano», p. 62.

financiero de los gobiernos nacionales y de las instituciones supranacionales, infraestructuras y asignación de radios, apoyo en tanto modo de expresión de minorías y lenguajes regionales, acceso básico libre de servicios de Internet y libertad de cátedra.⁶³ De acuerdo con el profesor e investigador colombiano Lizandro Angulo y el académico español Iñaki Zabaleta, en la mayoría de los países latinoamericanos la televisión local ha tenido que enfrentarse históricamente a dos fenómenos: los procesos de desregularización y las limitaciones jurídicas para operar.⁶⁴ No obstante, «ante un panorama público con dificultades y en franco retroceso, debido al desgaste producido por décadas de política neoliberal, se observa desde el año 2000 en América Latina el resurgir de un interés en la regulación comunicativa».⁶⁵

Para el acercamiento a estos procesos legislativos, José Luis Exeni propone el concepto de políticas públicas para la comunicación pública (PPCC), asociado al:

proceso permanente de transmisión e intercambio de información referida a intereses y objetivos colectivos, destinada total o parcialmente a la reproducción o cambio social en tanto perpetuación o transformación de una comunidad, y cuya función principal es promover o revitalizar las representaciones colectivas — compartidas o diferentes — con el fin de otorgar sentido y evaluación a la acción social organizada.⁶⁶

⁶³ Stefania Milan: «Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo».

⁶⁴ Lizandro Angulo e Iñaki Zabaleta: «Cinco estrategias para un modelo de televisión comunitaria: una perspectiva desde la experiencia colombiana».

⁶⁵ Ava M. Gómez y Juan Ramos: «Legislación y medios comunitarios. Análisis comparativo de Bolivia y Venezuela», p. 487.

⁶⁶ José Luis Exeni: *Políticas de Comunicación. Andares y señales para no renunciar a la utopía*, p. 96.

Siguiendo esta propuesta y la de otros autores, Gómez y Ramos formulan una clasificación multivariable para estudiar la legislación de los medios comunitarios. Esta taxonomía establece la diferencia entre el sujeto y objeto de la política (estatal, público, privado) y comprende al ámbito comunicativo, que puede ser geográfico-territorial (locales/municipales, regionales/departamentales, nacionales/centrales) y temático-sectorial (para la gobernabilidad, para la competitividad, para la integración social); y al proceso comunicacional y tipo de política pública, que establece diferencias en la coacción prevista (distributivas, regulatorias, constituyentes, redistributivas) y en la esfera de aplicación (sobre la propiedad, sobre la producción, sobre la emisión, sobre la recepción).⁶⁷

En fecha más cercana, la doctora en Ciencias de la Comunicación Olga del Río subraya tres grandes ámbitos de intervención para las políticas públicas de comunicación para el desarrollo:⁶⁸

- La promoción de un marco político-institucional y regulatorio que proteja y promueva los derechos a la información, la comunicación y el ciberespacio —para todos los ciudadanos y ciudadanas, colectivos y organizaciones—, basado sobre los estándares y mejores prácticas internacionales, y con la participación de la sociedad civil.
- El desarrollo de medios que den voz a los diferentes sectores de la sociedad, incluyendo los colectivos marginados y excluidos; que se constituyan como un foro de intercambio de opiniones; que cumplan la función de

⁶⁷ Ava M. Gómez y Juan Ramos: «Legislación y medios comunitarios. Análisis comparativo de Bolivia y Venezuela».

⁶⁸ Olga del Río: «Líneas de acción para políticas públicas de comunicación para el desarrollo».

«guardián» de los procesos políticos, sociales, culturales y económicos y que contribuyan a la cohesión social.

- La construcción de capacidades sociales y ciudadanas, a través de políticas que potencien la participación de las organizaciones de la sociedad civil en el ejercicio de sus derechos a la información y la comunicación.

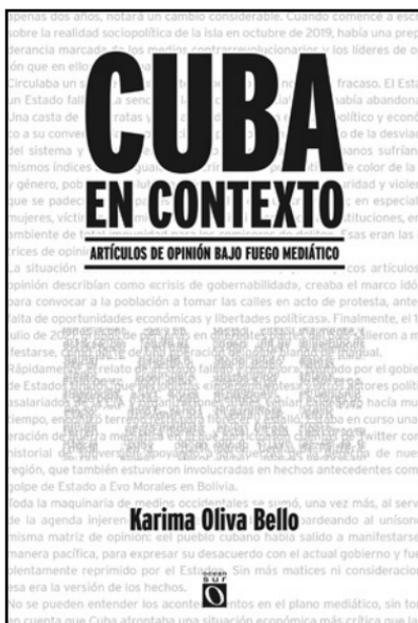
De tal modo, podemos establecer que la gestión y sostenibilidad de los medios comunitarios está atravesada por varias dimensiones:

- La *dimensión estructural*, referida al marco político y regulatorio en el que operan, y que tiene que ver tanto con políticas públicas que incentiven su gestión, como espacios de ejercicio del derecho a la comunicación y de construcción de ciudadanías; como con el sentido político de estos medios, entendidos como vías de expresión de sectores históricamente silenciados y marginados de la producción cultural y comunicativa hegemónicas. También hace referencia a aspectos organizativos, relativos a su carácter autogestionario, participativo y de vocación pública.
- La *dimensión sociocultural*, atravesada por la participación y apropiación del proceso comunicacional por parte de los miembros de la comunidad; la capacidad de articulación del medio con proyectos, actores sociales, instituciones y organizaciones con objetivos similares; y su orientación hacia la equidad, la justicia social y la responsabilidad ecológica.
- La *dimensión formativa*, que tiene que ver con la vocación del medio para formar a los miembros de la comunidad

en todo lo concerniente a la expresión comunicativa; pero también como sujetos críticos y creativos, desde posturas emancipatorias y transformadoras.

- La *dimensión tecnológica*, que habilite a los medios comunitarios en el manejo de herramientas que posibiliten el acceso, el alcance y la convergencia hacia nuevas tecnologías que permitan una mayor apropiación comunicacional.
- La *dimensión económica*, en cuanto a la posibilidad de encontrar mecanismos económicos y vías alternativas de autofinanciamiento que tributen a la producción comunicativa y a la gestión del medio en sentido general, sin comprometer su vocación pública y compromiso social.

OTROS TÍTULOS DE OCEAN SUR



CUBA EN CONTEXTO

Artículos de opinión bajo fuego mediático

Karima Oliva Bello

Los artículos que se aglutinan en este libro, han sido escritos con la intención de brindar un aporte a la resistencia y la lucha en defensa del socialismo en los momentos más duros de guerra mediática que ha vivido Cuba en los últimos tiempos. Son resultado de un esfuerzo colectivo. Se integran a las tantas formas de resistencia que Cuba ha venido ensayando ante la guerra simbólica.

2022, ISBN 978-1-922501-61-5

MEDIOS LOCALES, PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL

En la concreción efectiva de la relación desarrollo/comunicación local, se erige como elemento vital el empoderamiento ciudadano, comprendido como el acceso de los diferentes actores sociales a la información de calidad y a medios de comunicación que apuesten por la solidaridad territorial, la cohesión social y el desarrollo, desde los que sea posible canalizar inquietudes, explicitar y abordar públicamente los conflictos, generar confianzas, propiciar críticas, dar a conocer los proyectos existentes motivando la participación y el control sobre los mismos, capacitar para aprender a negociar y que posean un vínculo estrecho con las organizaciones locales.⁶⁹ Un concepto entonces transversal, tanto a la comunicación como a todo proceso de desarrollo, máxime el enfocado al espacio local, es el de participación.

Participación ciudadana: nociones de partida

La noción de participación resulta sumamente compleja, ya sea por los diversos significados que le circulan, la multiplicidad de indicadores socioeconómicos, organizacionales e individuales

⁶⁹ Dagmar Herrera: *Televisión y desarrollo: articulaciones desde lo local. Propuesta de modelo de televisión local para el desarrollo de los municipios cubanos.*

que le atraviesan, así como por las dificultades de concreción en la práctica en tanto ejercicio de toma de decisiones.

En este sentido, el espacio local se encuentra atravesado por numerosos factores y escenarios de participación y permite aprovechar las capacidades de los actores en función del trabajo comunitario y el desarrollo sostenible desde una perspectiva local. «La participación debe convertirse, entonces, en un ejercicio que brinde los medios de intervenir en el desarrollo y permita ir creando espacios físicos y potencialidades de autogestión y solución de conflictos que afectan los espacios comunitarios».⁷⁰

El investigador uruguayo José Luis Rebellato se refiere a tres modalidades de participación, que no se excluyen entre sí, sino que intentan ofrecer una comprensión integral de los procesos participativos. Siguiendo a este autor, participar requiere en primera instancia formar parte de un proyecto, lo cual, si bien implica un acceso mínimo a la toma de decisiones, resulta imprescindible para la intervención en el proceso. En segundo lugar, la participación alude a la posibilidad de tener parte en aquello que se construye, lo cual demanda del desempeño de roles y funciones en esa acción común. Por último, el sentido más sustantivo de la participación implica tomar parte en el proceso de toma de decisiones.⁷¹

Sobre la sistematicidad, sentido y profundidad con que los actores sociales participan, resulta sumamente esclarecedora la propuesta del catedrático mexicano Carlos Núñez, quien

⁷⁰ Rayza Portal: *Por los caminos de la utopía. Un estudio de las prácticas comunicativas de los Talleres de Transformación Integral del Barrio en la Ciudad de La Habana*, p. 81.

⁷¹ José Luis Rebellato: *La Participación como territorio de contradicciones éticas*.

establece la distinción entre participación reactiva y participación sustantiva. De acuerdo con este investigador, la transformación social requiere de individuos que participen no solo cuando surge un problema coyuntural que demanda la movilización social (participación reactiva), sino que estén prestos a emplear constantemente sus capacidades para tomar decisiones, controlar, ejecutar y evaluar los procesos en los que se insertan cotidianamente. Siguiendo a Núñez, es precisamente la participación sustantiva la que genera el verdadero empoderamiento ciudadano.⁷²

Desde el entonces Centro de Investigación de la Cultura Cubana «Juan Marinello», los investigadores cubanos Cecilia Linares, Pedro E. Mora y Sonia Correa, arriban a la propuesta de cuatro posibles niveles de participación que ayudan a explicar el grado de acceso de los actores sociales a la toma de decisiones. El primer nivel, *movilizador y de consumo*, solo contempla la ejecución o consumo de proyectos ya elaborados en sus aspectos esenciales. A este le sigue el nivel de *consulta, discusión y/o conciliación*, el cual incluye el pedido de opinión y contribución, llegando incluso a la negociación de algunos aspectos no trascendentales. El nivel *delegación y control* supone la transferencia de poder para la aplicación de un proyecto del que ya han sido elaboradas sus líneas esenciales, y puede tener algunas variaciones siempre que estas no nieguen sus postulados fundamentales. El último nivel denominado *responsabilidad compartida y codeterminación* contempla la intervención en la toma de decisiones, que incluye todo un proceso que va desde la identificación de las necesidades y los problemas, la articulación de los objetivos, la formación y negociación de propuestas para la

⁷² Carlos Núñez: «Para sentirse y ser parte».

solución, ejecución y evaluación de las acciones y el reparto de los beneficios.⁷³

A partir de la preponderancia que adquiere en las sociedades contemporáneas el desarrollo y desde un enfoque transdisciplinar, se ha impuesto un nuevo concepto más acorde a los modos de vinculación y gestión de los ciudadanos en los espacios locales: el de participación ciudadana. «Una nueva forma de poder político compartido, orientado a la toma de decisiones sobre un contexto geográfico específico».⁷⁴ El espacio local, municipal, comunitario, destaca como el escenario fundamental de desarrollo o actuación, por ser donde se forma la dimensión social y política del ciudadano.

En su propuesta de un modelo teórico metodológico para el examen de la participación ciudadana en la cultura en el contexto cubano, la investigadora Cecilia Linares propone una serie de premisas conceptuales de partida que debemos rescatar para ubicarnos en el mapa general del que partimos. Siguiendo a la autora, entendemos la participación ciudadana en la cultura como:⁷⁵

- un proceso activo encaminado a democratizar las relaciones Estado-sociedad, a través de la socialización de las relaciones de poder;
- una dimensión compleja y mediada por diversas instancias que configuran su naturaleza y dinámicas y que condiciona sus avances, retrocesos, costos, así como

⁷³ Cecilia Linares, Pedro E. Mora y Sonia Correa: «La participación: ¿Solución o problema?»

⁷⁴ María del Rosario López: «Espacio local y Educación ambiental para el desarrollo sostenible», p. 9.

⁷⁵ Cecilia Linares: Cuba: *Participación ciudadana en la cultura. Algunas claves para su estudio.*

sus cambios de sentido y valor en un contexto histórico determinado;

- un proceso complejo que se expresa a través de diferentes modalidades, espacios y estructuras y que alcanza diferentes niveles;
- una práctica comunicativa sustentada en el diálogo, la negociación y articulación multiactoral en los asuntos de interés al conjunto social;
- una dimensión transversal en una política que defiende la cultura como derecho de la ciudadanía y garantiza espacios de igualdad para su acceso;
- un ejercicio complejo a través del cual los actores sociales despliegan técnicas y estrategias comunes, generan actividades y toman decisiones.

Desde una mirada comunicológica la participación cultural es también para la investigadora un proceso comunicativo-relacional donde la producción-recepción de significación se convierte en espacio de disputa-negociación, constituido y constituyente de relaciones de poder.⁷⁶

Participación ciudadana en los medios comunitarios

¿Qué tipo de participación puede estimularse para promover el desarrollo desde los medios locales? Desde 1986, Emili Prado apuntaba a la participación como máxima garantía del pluralismo dentro de un medio, a partir de la posibilidad de que los actores sociales intervinieran en la producción y pudiesen convertirse en autores de sus propios discursos, sin embargo, resaltaba:

⁷⁶ Ídem.

... esta participación solo es real cuando va acompañada de la posibilidad de decidir sobre duración de esos programas, sus fórmulas de gestión, su situación en la parrilla de programación y esencialmente cuando se dispone de los mismos medios de realización que los profesionales, de lo contrario nos encontramos ante la parodia de la participación simbólica.⁷⁷

El catedrático peruano Mario Gutiérrez coincide en la importancia de la participación para el logro del protagonismo popular de sujetos, movimientos y organizaciones, en un concepto más democrático de la intervención ciudadana, a la vez que reafirma que el ciudadano puede actuar en un medio comunitario desde varios niveles en dependencia de las intenciones perseguidas y la voluntad de alcanzar mayores grados de implicación con los proyectos locales: como sujeto decisorio de la programación-representación (partícipe en todo el proceso de gestión, a través del cual se apropia del instrumento de comunicación para garantizar la sostenibilidad y permanencia en el tiempo); como productor de la narración-expresión (a partir de la capacidad de integrar a la comunidad, a modo de portavoz de su expresión cultural y política) y como principal asunto de la significación-sentido (el ciudadano, sus acciones y problemas se convierten en protagonistas y temas de las producciones).⁷⁸

Para la brasileña Cicilia M. Krohling Peruzzo:

La participación de las personas puede tanto concretizarse solo en su papel de oyentes, lectores o espectadores, como significar y tomar parte de los procesos de producción,

⁷⁷ Emilí Prado: «Garantizar la participación y el pluralismo», p. 180.

⁷⁸ Mario Gutiérrez: *La democracia en la Media*.

planificación y gestión de comunicación. Los niveles más avanzados postulan la permeabilidad de criterios de representatividad y de corresponsabilidad, ya que se trata de un ejercicio de poder y forma democrática o compartida.⁷⁹

A partir de los posibles «niveles de involucramiento» trabajados en investigaciones anteriores, Krohling propone captar la inserción de las personas en los medios de comunicación comunitarios a partir de los siguientes momentos:⁸⁰

- *participación en los mensajes*: es el nivel más elemental de participación en el cual la persona da una entrevista, pide música, etcétera;
- *participación en la producción de mensajes, materiales y programas*: consiste en la elaboración y edición de los contenidos que serán transmitidos;
- *participación en la planificación*: se refiere al compromiso de las personas en el establecimiento de la política de los medios, en la elaboración de los planes de formatos de vehículos y de programas, en la elaboración de los objetivos y principios de gestión, etcétera;
- *participación en la gestión*: es la intervención en el proceso de administración y control de un medio de comunicación.

En su modelo de televisión comunitaria para el desarrollo humano, Angulo y Zabaleta plantean que el componente de la participación está integrado por: el *acceso*, visto como la inte-

⁷⁹ Círculo M. Krohling: «Televisión Comunitaria en Brasil: Antecedentes y participación popular en la gestión y en la programación», p. 59.

⁸⁰ *Ibidem*, p. 2.

racción permanente entre los productores y la comunidad en la definición y elaboración de los contenidos, y en la formulación de comentarios, sugerencias y críticas; la *intervención activa* que opera a su vez en tres niveles: 1) en la organización y toma de decisiones por parte de la comunidad en los centros de televisión comunitaria, 2) en la producción y realización televisiva por la comunidad, que debe disponer de instalaciones y recursos técnicos audiovisuales, 3) en la planificación del canal desde el reconocimiento del derecho de la comunidad a contribuir en la formulación de planes administrativos y de comunicación del canal; la *autogestión* como forma avanzada de participación que supone la oportunidad y capacidad de la comunidad para gestionar recursos de todo tipo; y por último, la *formación* que refiere el derecho comunitario de disponer de ayuda profesional para llevar a cabo las funciones de producción y realización de programas, así como de autogestión del canal.⁸¹

En su relación con los medios y a partir de las modificaciones en los ecosistemas comunicacionales, Ignacio Bergillos afirma que el concepto participación ha adquirido dos significados principales: la garantía democrática de pluralidad de los medios, amparada por el derecho de acceso y la libertad de expresión —por el cual apostamos en nuestro trabajo—, y como elemento estratégico de cadenas para captar y fidelizar audiencias, obtener ingresos directos o conseguir una expansión a nuevas plataformas.⁸² Estos se vinculan estrechamente con las nociones de participación a través de los medios (oportunidades para la participación) y participación en los medios (como

⁸¹ Lizandro Angulo e Iñaki Zabaleta: «Cinco estrategias para un modelo de televisión comunitaria: una perspectiva desde la experiencia colombiana».

⁸² Ignacio Bergillos: *Participación de la audiencia y televisión en la era digital*.

la capacidad de los ciudadanos de tomar decisiones sobre los contenidos mediáticos y su producción o sobre las decisiones estratégicas estructurales de un medio).⁸³

Las propuestas anteriores nos permiten entender la participación ciudadana en los medios comunitarios como un proceso multidimensional que se manifiesta desde los niveles más elementales de reconocimiento de los actores sociales en los contenidos de los medios, dado el valor de lo cercano —lo próximo—, hasta la intervención activa de la comunidad en la gestión de su propia comunicación como vía para fomentar el desarrollo humano, la cohesión social y el ejercicio de una participación comprometida con el despliegue de iniciativas locales, el mejoramiento de las condiciones de vida y la transformación social.

De igual forma, resaltamos la importancia de estos planteamientos y definiciones para comprender y evaluar los procesos de interacción entre ciudadanos y sistemas comunicativos, que a su vez cobran especial interés en el análisis de las potencialidades de los medios para contribuir al desarrollo de los espacios locales. Mientras más estrechos sean los vínculos ciudadano/medio-medio/ciudadano, mayor y más efectiva podrán ser la participación y la posibilidad de convertirse en actores de los procesos de cambio social.

Medios ciudadanos y relaciones de poder

Esta dirección del enfoque hacia la implicación de los medios locales en el desarrollo es coherente con la comprensión de la dimensión sociocultural del cambio social, que tiene en cuenta además el valor de los procesos comunicativos, y especifica-

⁸³ Nico Carpentier y Peter Dahlgren citado por Dagmar Herrera: «Participación para el desarrollo. Propuesta teórico-práctica para aumentar la participación ciudadana en medios locales de comunicación».

mente la comunicación comunitaria, en la transformación de la realidad.

En palabras de Stefania Milan, profesora de la Universidad de Ámsterdam, los medios comunitarios constituyen un espacio hecho por la comunidad, para la comunidad y sobre la comunidad, cuya contribución al desarrollo se materializa en dos campos fundamentales: en el nivel procesal, como un canal de participación, y en el nivel simbólico, como un medio de toma de poder. En lo relativo al primer nivel, la autora plantea que los medios comunitarios permiten a los ciudadanos y a las comunidades marginadas expresar sus preocupaciones, y como medios de acceso abierto representan un instrumento para el ejercicio de la democracia. En el plano simbólico argumenta que dichos medios promueven en las personas la capacidad de generar iniciativas en la escala local, con lo cual manifiestan que el cambio es posible. Representan un modo de ejercicio de la imaginación y de traducción de dicha imaginación en una práctica mediante su propia expresión.⁸⁴

Por tales razones, el asunto de la implicación de los medios comunitarios en el cambio social, amerita siempre una reflexión sobre las relaciones de poder. De manera consecuente a esta postura, la doctora en Comunicación Clemencia Rodríguez⁸⁵ propone el concepto de medios ciudadanos y los define como aquellos que promueven procesos simbólicos que le permiten a la gente designar y expresar el mundo en sus propios términos, lo cual se relaciona directamente con su poder para intervenir en acciones políticas.

⁸⁴ Stefania Milan: «Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo».

⁸⁵ Clemencia Rodríguez: «De medios alternativos a medios ciudadanos: Trayectoria teórica de un término».

Los medios ciudadanos activan procesos a través de los cuales individuos y comunidades recodifican tanto sus contextos como su propia identidad. En últimas, estos procesos mediáticos brindan a los ciudadanos la oportunidad de transformar sus identidades en subjetividades empoderadas, fuertemente ancladas en sus culturas locales e impulsadas por utopías bien definidas.⁸⁶

Mediante la noción de «medios ciudadanos», Rodríguez consigue alejarse de la definición binaria y reduccionista del poder, que simplifica el panorama mediático como espacio habitado por los poderosos (los medios dominantes) y los que no tienen poder (los medios alternativos). La propuesta de la autora no se limita a visibilizar el potencial de estos medios para resistir a los grandes conglomerados mediáticos, sino que da cuenta además de los procesos de empoderamiento, concientización y fragmentación del poder que resultan cuando los diferentes actores sociales acceden y se reapropian de sus propios medios.⁸⁷

Medios locales para la transformación social: propuestas y líneas de acción⁸⁸

Aunque reconocemos la potencialidad de los medios locales en la transformación de la realidad social, entendemos también que su eficacia depende de cambios prácticos en la estructura social y el despliegue de múltiples iniciativas de desarrollo. En el asunto de la gestión de los medios comunitarios, la destacada

⁸⁶ Clemencia Rodríguez: *ob. cit.*, p. 19.

⁸⁷ Clemencia Rodríguez: *ob. cit.*

⁸⁸ Parte del contenido de este epígrafe se encuentra publicado en Dagmar Herrera: «Participación para el desarrollo. Propuesta teórico-práctica para aumentar la participación ciudadana en medios locales de comunicación», *Sphera Publica*, vol. 1, no. 21, 2021, pp. 205-227.

investigadora Frances Berrigan sitúa la participación y el acceso a la comunicación, como conceptos sociopolíticos cuyas implicaciones rebasan los límites de las organizaciones de comunicación social y sus producciones, y reflejan el interés de que los sujetos sociales intervengan activamente en la configuración de su propio entorno sociopolítico, económico y cultural.⁸⁹ La postura de la UNESCO sobre este particular legitima la práctica de comunicación comunitaria y se basa en las nociones de «auto-gestión, acceso y participación», establecidas en la Reunión de Belgrado en 1977, las cuales entrañan la exigencia de unas reformas radicales en la gestión de los sistemas de comunicación.

En lo relativo a la participación, tal como se ha venido insistiendo, constituye requisito fundamental y transversal en la gestión de un medio que pretenda incidir en el desarrollo local. Para ello se hace necesaria una participación que transite hacia la concreción plena, sustantiva, donde la ciudadanía pueda ser sujeto activo con capacidad de incursionar en todas las fases del proceso comunicativo. En correspondencia, debe transitarse de un modelo vertical a uno horizontal, donde el receptor/consumidor sea también el emisor/productor (PROSUMER) de los procesos comunicativos, lo que se presenta como una de las rupturas fundamentales con relación al modelo tradicional.

Como resultado de la interacción empírico-teórica (Berrigan, 1981; Gumucio, 2009; Krohling, 2004; Angulo y Zabaleta, 2010; Herrera, 2015), proponemos entender a la participación mediática desde varios componentes que, si bien están enunciados a partir de una propuesta destinada a la televisión local, son

⁸⁹ Frances Berrigan: *La comunicación comunitaria. Cometido de los medios comunitarios en el desarrollo.*

perfectamente aplicables a cualquier medio en el espacio local de comunicación:

- el **acceso**, que presupone la existencia de mecanismos para que la ciudadanía pueda acercarse más a la televisión,
 - 1) mediante la posibilidad de contar con una transmisión cercana, próxima;
 - 2) sobre la base del derecho a elegir, o sea, la opción de ver aquellos materiales que le interese y desee, a partir de tener la posibilidad de que sean transmitidos los productos comunicativos que solicite mediante mecanismos habilitados para ello (llamadas, mensajes, cartas, correo, solicitud directa en el canal...);
 - 3) sobre la base de poder participar en la concepción, definición de contenido y creación de las propuestas audiovisuales y
 - 4) a partir del derecho a formular comentarios, sugerencias y críticas, lo que presupone una interacción permanente, sistemática y fecunda entre el medio y la localidad, representada por sus actores locales (individuales e institucionales).
- la **intervención activa** en:
 - 1) la *producción local* (creación de oportunidades para que la ciudadanía –grupos o individuos– produzca ofertas audiovisuales propias). Se concibe a partir de:
 - a) facilitar la capacitación u orientación necesaria;
 - b) poner a disposición de la localidad recursos productivos y
 - c) televisar propuestas realizadas por la localidad tanto con recursos profesionales como a partir del

empleo de los nuevos dispositivos tecnológicos —celulares, *tablets*, cámaras fotográficas o de video no profesionales— y propiciar el desarrollo de las nuevas narrativas audiovisuales.

2) la *planificación y adopción de decisiones* desde la intervención del público, que se concreta en:

a) la concepción, planificación, producción, evaluación y seguimiento de los procesos comunicativos (conformación de agendas, parrillas, contenidos, tratamiento y balance temático, duración de los programas, su momento de presentación, evaluación, etc.) y

b) la formulación de los planes y políticas comunicacionales y la utilización de los medios de comunicación con fines de servicio público.

- la **apropiación del proceso y los contenidos comunicacionales**, entendida como el compromiso de los actores y sujetos del cambio, en el establecimiento de la política de los medios en la elaboración de planes, programas, objetivos y principios de gestión, etc.⁹⁰ que garantice la sostenibilidad del proyecto, donde prime el significado generado y compartido en conjunto y el compromiso de las personas;
- la **autogestión**, como la intervención del público en la gestión de la televisión local, como «forma avanzada de participación que supone la oportunidad y capacidad de la comunidad de gestionar recursos de todo tipo, como económicos y tecnológicos».⁹¹

⁹⁰ Cecilia M. Krohling: *ob. cit.*

⁹¹ Lizandro Angulo e Iñaki Zabaleta: *ob. cit.*

- la **formación**, comprendida en las acciones de asesoría, capacitación y formación, necesarias para que la ciudadanía cuente con las capacidades básicas para desempeñarse en la gestión de los procesos comunicativos que se generen, tanto en la construcción de agendas públicas, como en la producción de contenidos, posterior control y proyecciones.

Es importante recalcar que en estos procesos, con base en la voluntariedad, la participación no es algo que se imponga. Siempre habrá quien no quiera o no necesite intervenir, no obstante, es fundamental la existencia de oportunidades para que cada actor pueda participar en los niveles señalados, en correspondencia con sus necesidades o habilidades.

Para que la teoría expuesta no sea solo una provocación a la reflexión sino una incitación a la práctica, concluimos con una propuesta de algunas acciones que podrían implementarse en el tránsito de un medio tradicional a uno con vocación participativa e intención de incidir en el desarrollo local, con base en la comunicación para el desarrollo. En este caso, ponemos a consideración del lector elementos de la ruta resultante de nuestra investigación que se concentra fundamentalmente en acciones comunicativas, a las que se le suman otras de las modalidades de culturales, educativas y de capacitación; sin desconocer lo polifacético que puede ser el abordaje y el acercamiento a los vínculos ciudadanía-medios de comunicación. Consideramos siempre, como imprescindible, la necesidad de partir de un diagnóstico local y estudios sistemáticos que permitan identificar los temas generales y problemas concretos que ocupan a la comunidad.

Entre las acciones comunicativas encontramos:⁹²

- Concebir mecanismos para informar a la población en general y a los actores fundamentales del desarrollo local, en particular, de las potencialidades del medio, su vocación participativa, objetivos, aportes al municipio y las acciones que se emprenderán con tales propósitos, con la finalidad de motivar la incorporación a la experiencia.
- Fortalecer los mecanismos establecidos y la concepción de procesos productivos en los que se pueda integrar a los pobladores de la comunidad en todas sus fases (intervención directa de la población en la programación, desde su concepción, construcción de agendas, gestión, proceso de realización/producción de contenidos, control ciudadano de sus resultados y proyecciones, a partir de la convocatoria popular, el incentivo del desarrollo de las nuevas narrativas audiovisuales).
- Convocar a concursos populares para que los ciudadanos ofrezcan propuestas, proyectos, líneas de acción y otras iniciativas sobre las que se pueda basar el trabajo del medio.
- Establecer vías para el contacto directo de las audiencias con el canal y hacerlas de conocimiento público.
- Realizar forodebates a través de proyecciones audiovisuales realizados o no por el canal, en plazas públicas, escuelas, centros de trabajo, etc.

⁹² La propuesta presentada se concibió pensando en la televisión local y sus posibles articulaciones con el desarrollo, no obstante, puede ser readaptada para el trabajo en otros medios de comunicación con vocación comunitaria.

- Ejecutar audiencias públicas a través de Asambleas Populares.
- Crear Consejos Permanentes, comités, consejos de audiencias, u otros mecanismos de veeduría y control, integrados por representantes de organizaciones locales, casas de cultura, ciudadanía, etc., con los cuales se sostendrán encuentros sistemáticos.
- Fortalecer el vínculo estrecho con actores del desarrollo local como fuentes de información.
- Asegurar, de conjunto con instancias gubernamentales y de masas municipales, las vías posibles para el conocimiento, atención y seguimiento de los problemas planteados.
- Establecer la figura de Defensor de las Audiencias.
- (Re)definir la agenda mediática del canal en función del desarrollo local. A partir de determinar los temas que más interesan al público local y aquellos en correspondencia con el desarrollo del municipio. Tener en cuenta la existencia o no de planes de desarrollo, actores fundamentales, recursos económicos locales, etc.
- Concebir programas, cápsulas audiovisuales, etc. que contribuyan a preservar lo autóctono, los hábitos y costumbres del lugar.
- Impulsar la creación de vías alternativas de producción para diversificar y enriquecer temática y visualmente su oferta comunicativa realizada o bien por el propio canal, por contrato, encargo o coproducción con realizadores independientes o cooperativas audiovisuales, o bien por la comunidad u otros actores locales a los que se les otor-

que facilidades productivas después de una capacitación previa.

- Crear espacios en la programación para el periodismo ciudadano y las historias locales narradas por los actores locales u otros en los que las personas puedan interactuar en vivo mediante correo o mensajes de texto, más allá de las llamadas telefónicas (aun cuando esto pueda perpetuar esquemas reactivos).
- Crear una Videoteca Portátil, con programas representativos del canal o compendios de trabajos resultantes de las diferentes acciones comunicativas, culturales y educativas, destinada a la población que no recibe la señal de la televisión local y está representada en ella. Esta podría tener una versión digital que pueda ser distribuida en variados soportes.
- Concebir una plataforma digital que permita la presencia del medio en Internet o en soportes móviles y contribuya a la socialización y posible difusión global de las producciones audiovisuales realizadas tanto por el medio como por los pobladores, en un balance de calidad y contenidos y desde la que se pueda tener acceso a las producciones en cualquier momento. Esta, además, puede servir como espacio de interacción constante y expedita con la ciudadanía y otros proyectos, así como la convergencia con redes u organizaciones con fines similares, del cual pueden emerger temas, enfoques y fuentes, sirva de vía de continuidad a los tópicos abordados y garantice el contacto con la población.
- Concebir vías alternativas de autofinanciamiento del canal, en función de concebir al medio como un centro

capaz de realizar prestación de servicios (comunicativos, de asesoramiento o capacitación).

Se propone diseñar acciones culturales, de educación y capacitación en función de las necesidades identificadas y de la sensibilización requerida, concebidas para generar igualdad de posibilidades a los distintos actores locales de intervenir en los procesos comunicativos y de transformación social. Están fundamentalmente dirigidas a trabajadores del medio, relacionados con la producción informativa, a funcionarios de instituciones vinculadas con él, a miembros de la localidad, a otros actores del desarrollo local y ciudadanos de forma general interesados en convertirse en agentes de cambio, a partir de cursos o talleres en los que se refuerce el carácter práctico, en correspondencia con las necesidades y potencialidades, a partir de los referentes con los que cuente la localidad y trabajos previos con estrategias o planes de desarrollo.

Se sugiere, entre otros temas, abordar los fundamentos teóricos, prácticos y metodológicos del lenguaje audiovisual, la televisión participativa, la participación ciudadana en el proceso productivo de la televisión local y la televisión local para el desarrollo municipal.

- *Implementar cursos o talleres* para el adiestramiento de trabajadores de los canales locales, población del territorio, directivos, Defensor de Audiencias y otros actores del desarrollo local en temas de comunicación para el desarrollo, participación, medios locales, lenguaje audiovisual, potencialidades de la televisión de incidir en el desarrollo local, etc.

- *Crear círculos de interés* en escuelas, casas de cultura, círculos de abuelos, etc., donde se potencien y rescaten las tradiciones culturales haciendo uso del medio audiovisual.
- *Acompañar y socializar la vida cultural del municipio* a través del medio o de la realización de productos comunicativos audiovisuales que rescaten la memoria histórica del territorio y contribuya a su difusión y perpetuación. Documentar las prácticas culturales tradicionales.
- *Hacer uso de la telefonía móvil y las tecnologías de la información y la comunicación* como vía de convocatoria, sondeo de opinión pública, cartelera, entre otras funciones que se le pueden conceder en el espacio próximo.
- *Establecer vínculos* del medio con talleres, casas de cultura, escuelas, etc.
- *Crear espacios formales e informales de socialización de experiencias*, de transmisión de tradiciones populares, en dependencia de las potencialidades de cada región.

Estas acciones, al haber sido implementadas con anterioridad en contextos diferentes y si bien están muy alejadas de ser una receta a seguir, constituyen una guía efectiva en el intento por hacer de nuestros medios locales espacios participativos que generen cambio social.

El hecho de contar con la voluntad y la tecnología imprescindible, identificar las necesidades e intereses colectivos, poner a dialogar a los diferentes actores locales y crear alianzas estratégicas entre ellos en el intento por generar las condiciones adecuadas, propicia en sí mismo participación, genera cambios, ofrece oportunidades a la comunidad, saca a la luz las habilidades y talentos y motiva a la construcción colectiva en

un proceso que, indudablemente, beneficia, transforma y hace crecer a todos. Para tales propósitos, se hace preciso incentivar procesos educomunicativos orientados a la creación y desarrollo de ecosistemas comunicativos abiertos y dialógicos que, en palabras del destacado educomunicador brasileño Ismar Soares de Oliveira, sean:

favorecedores del aprendizaje colaborativo a partir del ejercicio de la libertad de expresión, mediante el acceso y la inserción crítica y autónoma de los sujetos y sus comunidades en la sociedad de la comunicación, teniendo como meta la práctica ciudadana en todos los campos de la intervención humana en la realidad social.⁹³

A modo de reflexiones finales, reafirmamos la importancia del vínculo estrecho entre la ciudadanía y el medio de comunicación; entre mayores sean estas relaciones, mayores y más efectivas podrán ser también la participación y la posibilidad de que la comunidad se convierta en protagonista de los procesos de cambio social. En este camino, resaltamos el valor de la educomunicación que propicie la formación de una ciudadanía que sea capaz de ejercer su derecho a la comunicación como vía para participar activamente en la transformación de su entorno próximo y de la sociedad, desde una postura emancipadora.

⁹³ Ismar de Oliveira: «Camino de la educomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos», p. 202.



MIAMI O LAS MONTAÑAS

La Operación Pedro Pan
y la Campaña de Alfabetización
en Cuba

Deborah Shnookal



¿CÓMO ES LA VERDADERA HISTORIA DE LA OPERACIÓN PEDRO PAN, EL DACHAU CUBANO DE 14 000 NIÑOS CUBANOS A MIAMI A PRINCIPIOS DE LOS AÑOS 1960? ¿FUE UNA EMISIÓN DE RESCATE URGENTE O EL RESULTADO DE LA PROLEGANDA AMERICANA DE QUE EL GOBIERNO REVOLUCIONARIO ENTREGARÍA A LOS NIÑOS CUBANOS?

¿POR QUÉ PASÓ EN EL PASADO COMO UNA VENTANA NO SOLO A LA RELACIÓN HISTÓRICAMENTE Tensa ENTRE CUBA Y ESTADOS UNIDOS, SINO TAMBIÉN A LA PROFUNDA REVOLUCIÓN SOCIAL QUE TUVO LUGAR EN LA ISLA DESPUÉS DE 1959?

ES LA HISTORIA DE LA GENERACIÓN QUE LLEGÓ A LA MAYORÍA DE EDAD EN LOS PRIMEROS AÑOS DE LA REVOLUCIÓN, LOS QUE SE FUERON CON LA OPERACIÓN PEDRO PAN Y LOS QUE SE QUEDARON, ESPECIALMENTE LOS MUCHACHOS Y LAS MUCHACHAS QUE PARTICIPARON EN LA CAMPAÑA DE ALFABETIZACIÓN EN 1961.

EN LAS OPERACIONES DE MIAMI O LAS MONTAÑAS, ANTECEDENTES, PARTIENDO DE LA OPERACIÓN DE NIÑOS CUBANOS Y DE LA ISLA, MIAMI, MUCHOS MÁS EN DIFERENTES GEOGRAFÍAS.



MIAMI O LAS MONTAÑAS

LA OPERACIÓN PEDRO PAN Y LA CAMPAÑA DE ALFABETIZACIÓN EN CUBA

Deborah Shnookal

ISBN: 978-1-922501-75-2

Este libro utiliza el suceso como una ventana no solo a la relación históricamente tensa entre Cuba y Estados Unidos, sino también a la profunda revolución social que tuvo lugar en la isla después de 1959.

Es la historia de la generación que llegó a la mayoría de edad en los primeros años de la Revolución, los que se fueron con la Operación Pedro Pan y los que se quedaron, especialmente los muchachos y las muchachas que participaron en la Campaña de Alfabetización en 1961.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANGULO, LIZANDRO E IÑAKI ZABALETA: «Cinco estrategias para un modelo de televisión comunitaria: una perspectiva desde la experiencia colombiana», Ponencia, II Congreso Internacional AE-IC. Comunicación y desarrollo en la era digital, Málaga, 3 al 5 de febrero de 2010.
- AUGE, MARC: *Los no lugares. Espacios de anonimato. Una atropología de la modernidad*, Gedisa, Barcelona, 1993.
- BARBEITO, MARÍA LUZ Y JUAN JOSÉ PERONA: «Lo global y lo local. Reflexiones sobre una interacción emergente», *Revista Latina de Comunicación Social*, no. 17, mayo, 1999.
- BECERRA, MARTÍN: «Medios de comunicación: América Latina a contramano», *Nueva Sociedad*, no. 249, 2014, pp. 61-74.
- BERGILLOS, IGNACIO: *Participación de la audiencia y televisión en la era digital*, Tesis de Doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2015.
- BERNAL, HERNANDO: «Réquiem por Sutatenza», *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, no. 32, octubre-diciembre, 1989, pp. 64-67.
- BERRIGAN, FRANCES: *La comunicación comunitaria. Cometido de los medios comunitarios en el desarrollo*, UNESCO, París, 1981.
- CABALLERO, CLAUDIA: *Articulación de las redes sociales personales e institucionales para la satisfacción de necesidades comunitarias*, Tesis de Doctorado, Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, La Habana, 2021.

- DE MORAGAS, MIQUEL: «Televisiones y regiones en desarrollo. Posibilidades en la era digital», en Francisco Vacas (coord.): *Televisión y desarrollo. Las regiones en la era digital*, Consejería de Educación, Ciencia y Tecnología, Mérida, 2000.
- DE OLIVEIRA, ISMAR: «Caminos de la educomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos», *Nómadas*, no. 30, 2009, pp. 194-207.
- DEL RÍO, OLGA: «Líneas de acción para políticas públicas de comunicación para el desarrollo», en Ricardo Carniel (coord.): *La comunicació com a eina per a la cohesió social contra el racisme i la intolerancia*, Observatori Mediterrani de la Comunicació/Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, 2020.
- DÍAZ, ANABEL: *La concepción de comunidad en el principio de Autodesarrollo Comunitario desde la sociología clásica europea*, Tesis de Doctorado, Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, Santa Clara, 2017.
- DRAKE, BEATRIZ: «Televisión local y desarrollo cultural en el contexto municipal cubano», *ALCANCE. Revista Cubana de Información y Comunicación*, vol. 8, no. 20, agosto, 2019, pp. 40-51.
- EXENI, JOSÉ LUIS: *Políticas de Comunicación. Andares y señales para no renunciar a la utopía*, Plural, La Paz, 1998.
- GALINDO, FERMÍN; MANUEL VILLAR Y XOSÉ LÓPEZ: «El valor social de la información de proximidad», *Revista Latina de Comunicación Social*, no. 7, 1998.
- GÁMEZ, NORA: *La mediación como objeto de estudio de la comunicación; críticas y perspectivas*, Tesis de Maestría, Universidad de La Habana, La Habana, 2005.
- GARCÍA, JULIO: *La regulación de la prensa en Cuba: referentes morales y deontológicos*, Tesis de Doctorado, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, La Habana, 2004.

- GARCÍA, NATALIA Y CAROLINE ÁVILA: «Nuevos escenarios para la comunicación comunitaria. Oportunidades y amenazas a medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil a partir de la aplicación del nuevo marco regulatorio ecuatoriano», *Palabra Clave*, vol. 19, no. 1, 2016, pp. 271-303.
- GARITAONANDIA, CARMELO: «Las televisiones regionales en Europa», *Mediatika*, no. 6, 1997, pp. 99-119.
- GÓMEZ, AVA MARIANA Y JUAN RAMOS: «Legislación y medios comunitarios. Análisis comparativo de Bolivia y Venezuela», *Palabra Clave*, vol. 17, no. 2, 2014, pp. 484-516.
- GUMUCIO, ALFONSO Y KARINA HERRERA: *Políticas y legislación para la radio local en América Latina*, Plural editores/CIBEC/Open Society Foundation, 2010.
- GUMUCIO, ALFONSO: «Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios», *Punto Cero*, vol. 10, no. 10; 2005, pp. 6-19.
- _____ : «La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: pálpito», *Etcétera*, mayo, 2009, pp. 56-67.
- GUTIÉRREZ, MARIO: *La democracia en la Media*, 1998.
- HERRERA, DAGMAR: *Televisión y desarrollo: articulaciones desde lo local. Propuesta de modelo de televisión local para el desarrollo de los municipios cubanos*, Tesis de Doctorado, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, La Habana, 2015.
- _____ : «Participación para el desarrollo. Propuesta teórico-práctica para aumentar la participación ciudadana en medios locales de comunicación», *Sphera Publica*, vol. 1, no. 21, 2021, pp. 205-227.
- KEJVAL, LARISA: «De lo local a lo global en la lucha por la democratización de las comunicaciones», *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, no. 140, abril-julio, 2019, pp. 75-94.

- KROHLING, CILICIA M., MANUEL CHAPARRO Y ERICK ESCUDERO: «Comunicación comunitaria, políticas y ciudadanía», *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, no. 140, abril-julio 2019, pp. 75-94.
- KROHLING, CILICIA M.: «Televisión Comunitaria en Brasil: Antecedentes y participación popular en la gestión y en la programación», *Redes.com*, no. 3, 2004, pp. 347- 367.
- LINARES, CECILIA, PEDRO E. MORA Y SONIA CORREA: «La participación: ¿Solución o problema?», en Raiza Portal y Milena Recio (comps.): *Comunicación y Comunidad*, Editorial Félix Varela, La Habana, 2005, pp. 57-66.
- LINARES, CECILIA: *Cuba: Participación ciudadana en la cultura. Algunas claves para su estudio*, Informe de investigación, Instituto de Investigación Cultural «Juan Marinello», La Habana, 2014.
- LÓPEZ, BERNAT: «La televisión en las regiones de Europa: una investigación pionera», *Zer*, no. 1, 1996.
- _____ : «Televisión de proximidad y culturas minoritarias: complejidades de una relación», Ponencia, Congreso sobre Comunicación y Cultura, Santiago de Compostela, 1998.
- LÓPEZ, MARÍA DEL ROSARIO: «Espacio local y Educación ambiental para el desarrollo sostenible», Ponencia, I Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación CTS +I, México D.F., 19 al 23 de junio de 2006.
- MACÍAS, RAFAELA: *El trabajo sociocultural comunitario. Fundamentos epistemológicos, metodológicos y prácticos para su realización*, Universidad de Las Tunas, Las Tunas, 2013.
- MARTÍN-BARBERO, JESÚS: «Euforia tecnológica y malestar en la teoría», *Diálogos de la Comunicación*, no. 20, 1988, pp. 7-16.
- MARTÍN SERRANO, MANUEL: *La producción social de comunicación*, Alianza Editorial, Madrid, 1993.

- MARTIN, MARC: *La presse régionale. Des affiches aux grands quotidiens*, Librairie Arthème, Éditions Fayard, France, 2002.
- MARTÍNEZ, MANUEL: *Aspectos socioculturales del desarrollo comunitario*, Editorial Feijoó, Santa Clara, 2011.
- MILAN, STEFANIA: «Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo», *Investigación y Desarrollo*, vol. 14, no. 2, 2006, pp. 268-291.
- MONS, ALAIN: *La metáfora social. Imagen, territorio, comunicación*, Editorial Nueva Visión, Buenos Aires, 1992.
- NÚÑEZ, CARLOS: «Para sentirse y ser parte», en Carlos Núñez: *La revolución ética*, Lumen-Hvmanitas, México, 2001, pp. 217-224.
- PORTAL, RAIZA: *Por los caminos de la utopía. Un estudio de las prácticas comunicativas de los Talleres de Transformación Integral del Barrio en la Ciudad de La Habana*, Tesis de Doctorado, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, La Habana, 2003.
- PRADO, EMILI: «Garantizar la participación y el pluralismo», en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.): *La televisión en España mañana. Modelos televisivos y opciones ideológicas*, Siglo XXI, Madrid, 1986, pp. 179-185.
- PULLEIRO, ADRIÁN: *La radio alternativa en América Latina: experiencias y debates desde los orígenes hasta el siglo XXI*, Editorial Cooperativa, Buenos Aires, 2012.
- REBELLATO, JOSÉ LUIS: «La Participación como territorio de contradicciones éticas», en José Luis Rebellato, *Antología Mínima*, Caminos, La Habana, 2000, pp. 97-101.
- RODRÍGUEZ, CLEMENCIA: «De medios alternativos a medios ciudadanos: Trayectoria teórica de un término», *Folios. Revista de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia*, no. 21 y 22, 2009, pp. 13-25.

ROMERO, MARÍA ISABEL, Y MARTA ROSA MUÑOZ: «Comunidad y desarrollo comunitario: aspectos teóricos y metodológicos», *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, vol. 2, no. 2, 2014, pp. 77-89.

ROSELLÓ, TAMARA: *TV Universitaria: apuntes sobre una alternativa de comunicación*, Tesis de Maestría, FLACSO, Universidad de la Habana, La Habana, 2006.

ROURA, ANA MARÍA Y LILIET HEREDERO: *La Televisión Comunitaria: del Registro Local a la Realización Participativa*, Tesis de Licenciatura, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, La Habana, 2005.

RUSCONI, CARLOS: «Un lugar en el mundo. Significados y valoraciones de lo local», Ponencia, III Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación «Comunicación: campos de investigación y prácticas», Mendoza, Argentina, 12 al 14 de noviembre de 1997.

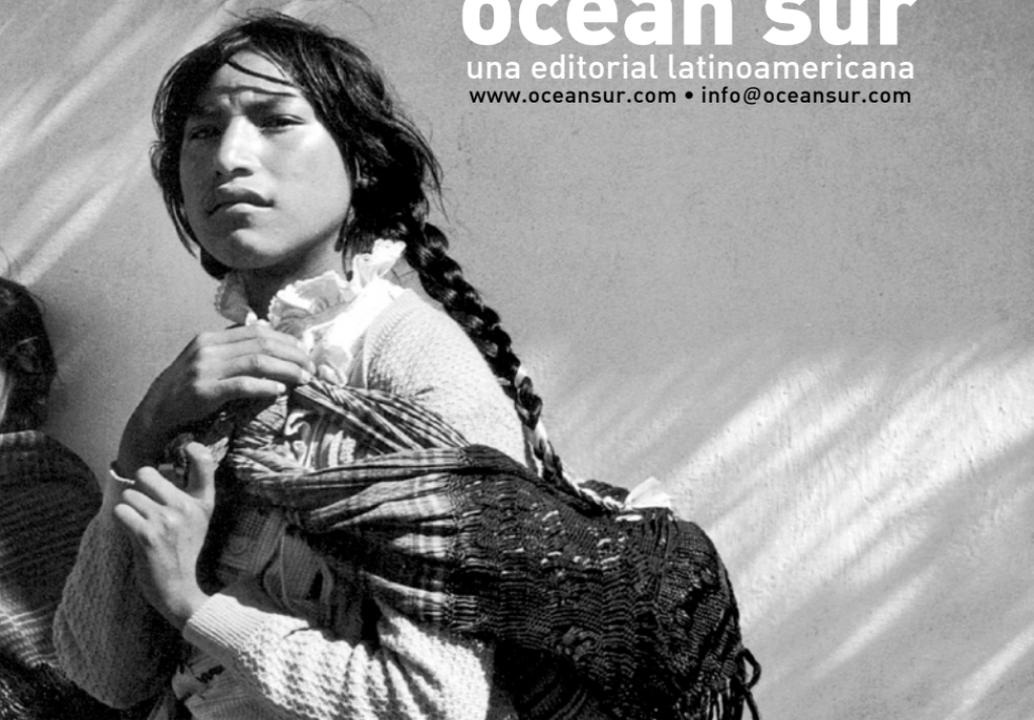
VALDERRAMA, CARLOS E. Y SANDRA L. OSSES: «El proceso es el modelo. Hacia el estudio de recepción de radios comunitarias», *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, no. 140, abril-julio 2019, pp. 113-128.

VÁZQUEZ, AURORA: *Prevención social. Contribuciones teóricas y prácticas desde Cuba*, Editorial Universitaria Félix Varela, La Habana, 2005.

ocean sur

una editorial latinoamericana

www.oceansur.com • info@oceansur.com



Ocean Sur es una casa editorial latinoamericana que ofrece a sus lectores las voces del pensamiento revolucionario de América Latina de todos los tiempos. Inspirada en la diversidad étnica, cultural y de género, las luchas por la soberanía nacional y el espíritu antimperialista, desarrolla múltiples líneas editoriales que divulgan las reivindicaciones y los proyectos de transformación social de Nuestra América.

Nuestro catálogo de publicaciones abarca textos sobre la teoría política y filosófica de la izquierda, la historia de nuestros pueblos, la trayectoria de los movimientos sociales y la coyuntura política internacional.

El público lector puede acceder a un amplio repertorio de libros y folletos que forman sus doce colecciones: Che Guevara, Fidel Castro, Revolución Cubana, Nuestra América, Cultura y Revolución, Roque Dalton, Vidas Rebeldes, Historias desde abajo, Pensamiento Socialista, Biblioteca Marxista, El Octubre Rojo y la Colección Juvenil.

Ocean Sur es un lugar de encuentros.

CUADERNOS ACADÉMICOS

Comunicación Social

MEDIOS COMUNITARIOS Y CIUDADANÍAS ACTIVAS

El fenómeno de la globalización ha potenciado la regionalización de los medios desde y hacia áreas de cobertura geográfica más precisas y la focalización de públicos e intereses diversos. Es por ello que los medios regionales y locales, más que un fenómeno marginal o aislado dentro del panorama mediático internacional, deben ser considerados como un proceso simultáneo y complementario. La interrelación entre lo global y lo local, nos permite hablar de la lucha pujante de los medios comunitarios en la búsqueda de la democratización de la comunicación y la sociedad, como un espacio de disputa, participación política y, por tanto, de construcción y ejercicio de la ciudadanía.

Este cuaderno resalta la urgencia de reivindicar el profundo sentido político y contrahegemónico de los medios comunitarios en las comunidades, como el espacio primario de movilización para la transformación social; y en la comunicación, como derecho humano imprescindible para construir ciudadanías activas.



www.oceansur.com
www.oceanbooks.com.au

ISBN 978-1-923074-08-8