

Medios de comunicación para el cambio social y comunicación para el fortalecimiento del tejido social

Media for the social change
and communication for the strengthening
of the social fabric

Resumen

La revisión documental de experiencias a la luz de la teoría en un escenario de transición entre el conflicto y el posconflicto —que supone la reconfiguración del ciudadano, en razón del vivir bien y el desarrollo en convivencia y cultura de paz— evidencia cómo los medios comunitarios y alternativos tienen la posibilidad de jugar un papel clave en la consolidación de un cambio social que propenda por la construcción de ciudadanía, el empoderamiento y la participación, así como la reconstitución de tejidos rotos por la presencia de actores armados. Para ello, la cercanía, la participación y el diálogo son trascendentales. El presente trabajo es realizado por el Grupo de Estudio en Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Abstract

The documental revision of experiences under the theory in the perspective of the transition between the conflict and the posconflict, that presumes a reconfiguration of the citizen, in the way to the well-living and the development, in an ambit of conviviality and a culture of peace, made by the Communication for the development and social chance study group of Universidad Pontificia Bolivariana, put in evidence how the community media and the alternative media have the chance to be a principal part in the consolidation of a social change that search for the construction of citizenship, empowerment and participation, as well as the reconstitution of fabric that was broken for the presence of armed groups. Therefore, the nearly, the participation and the dialogue are essentials.

Hugo Andrei Buitrago Trujillo

Docente asociado de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo de la UPB, magíster en Gestión del Desarrollo, candidato a doctor en Historia, coordinador del Grupo de Estudio en Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social.
orcid.org/0000-0002-9460-5064
Correo electrónico:
hugo.buitrago@upb.edu.co

Carolina Betancur Gómez

Estudiante de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo de la UPB e integrante del Grupo de Estudio en Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social.
Orcid.org/0000-0001-5210-5056
Correo electrónico: carolina.betancurgom@upb.edu.co

Evelyn Zuluaga Quiceno

Estudiante de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo de la UPB e integrante del Grupo de Estudio en Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social.
orcid.org/0000-0002-5872-7240
Correo electrónico:
evelyn.zuluaga@upb.edu.co

Palabras clave

Medios comunitarios,
alternativos y ciudadanos;
tejido social, conflicto,
comunicación para el
cambio social.

Keywords

Community, alternative and
citizens media; social fabric,
conflict, communication for
social change.

Notas previas

El Grupo de Estudio en Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social de la Universidad Pontificia Bolivariana ha venido reuniéndose desde el segundo semestre de 2014. En primera instancia, cada participante asumió, socializó y moderó el debate sobre temas de nuestra área de interés que fueron asignados por el coordinador, en los que se abordaron documentos desde el Informe Mac Bride, de 1979, sobre el estado de las comunicaciones y los países en desarrollo, hasta la investigación publicada en 2011 acerca de las investigaciones en Colombia desde y sobre la comunicación para el desarrollo¹.

Un segundo momento del grupo implicó identificación de temáticas y preguntas, pesquisas documentales y presentaciones problematizadoras por parte de las integrantes con miras a la elaboración de un artículo que fuera insumo para sus trabajos de grado². Estas presentaciones, moderadas en cada ocasión por una integrante distinta, pusieron en diálogo temas como memoria, ciudadanías emergentes, movimientos ciudadanos, medios comunitarios en la construcción de ciudadanía y territorio.

El tercer momento se ocupó de la consolidación de los primeros textos, de los cuales se concretaron dos que, sin duda, se vieron permeados por las temáticas arriba mencionadas. El presente artículo es el resultado de la compaginación de esos textos, escritos por estudiantes de la Facultad de Comunicación Social- Periodismo de la UPB, articulados por el coordinador del grupo de estudio, quien dio una línea general y propuso una suerte de conclusiones sobre este diálogo y quien, más que un docente, aparece como uno más de los interrogados por los encuentros del grupo de estudio.

El texto presenta un recorrido por el concepto de *comunicación* en clave de comunidad y cambio social, para después centrarse en la discusión sobre la diferencia entre los medios alternativos y los medios comunitarios, y deja en punta la idea de los medios ciudadanos como un escenario posible y deseable. En este recorrido se da cuenta de la potencialidad de los medios comunitarios en la gestión participativa del vivir bien, prestando mayor atención al papel que pueden tener en la reconstrucción del tejido social en zonas afectadas por el conflicto armado.

Apuntes básicos y conceptos clave

Desde sus raíces etimológicas, la *comunicación* significa “poner en común” y, con el tiempo, se ha asumido como “procesos de intercambio y diálogo”; de hecho, se ha intentado que los profesionales en esta área conserven la intención primaria de este concepto, que hace alusión a “procesos de

1 Nos referimos a *Un solo mundo, múltiples voces: comunicación e información en nuestro tiempo*, (MacBride, 1980/1993) y a *Investigación en comunicación y desarrollo en Colombia en el siglo XXI: el aporte de las facultades de comunicación* (Herrera, 2011).

2 El grupo de base se conformó por cuatro estudiantes de Comunicación Social entre los semestres séptimo y noveno, por lo que sus proyectos de investigación de trabajo de grado estaban o en fase preliminar o en ejecución.

participación entre iguales y de comunión en el sentido de compartir” (Gumucio, 2006, p.5).

Ahora bien, cuando nos referimos a lo comunitario estamos hablando de fenómenos sociales definidos como “expresiones producidas por sujetos ubicados en contextos socio históricos, recibidas por otros sujetos igualmente contextualizados y sometidas a procesos constantes de interpretación, valoración y evaluación” (Osses, 2002, p.27). Lo anterior no es otra cosa que escenarios en los que se da la interacción de dos o más sujetos, es decir, que están mediados por la participación.

Conceptualmente hablando, no podría decirse que hay una comunicación que no sea comunitaria, dado que ambas definiciones están orientadas a *procesos participativos* entre pares.

Sin embargo, la definición y los usos de estos conceptos han sido tan diversos que, como lo expresa Gumucio (2006), hay una falta de acuerdos sobre lo que significan palabras clave que están incorporadas en la jerga cotidiana del comunicador social. Por ello se hace necesario retomar y reiterar estos términos y su significado.

En la misma ruta, Mario Kaplún (1985) argumenta la necesidad de recuperar el sentido original del concepto de *comunicación* reivindicando su aspecto humano y la posibilidad que brinda a sectores dominados de tomar protagonismo en la construcción de su propio destino.

En la sociedad colombiana son pocas las comunidades que no han sido marcadas por las diferentes violencias que han desconfigurado la forma de ver al otro y habitar el territorio. Ello da relevancia a la identificación de las alternativas comunicacionales que crean las comunidades para reestablecer y fortalecer el tejido social³ y el papel mismo de la comunicación en este proceso de reconstrucción de la vida en conjunto.

La *comunicación comunitaria* es definida como aquellos procesos mediante los cuales las comunidades organizadas visibilizan su realidad local con su propia voz. Entendida como una alternativa a la comunicación masiva, este tipo de comunicación construye estrategias para el diálogo, el encuentro y las relaciones solidarias, lo que significa que le da primacía a la comunicación humana y la producción colectiva del conocimiento⁴.

El imperio de los medios masivos se presenta en los años 80 del siglo xx con la crisis económica mundial, la cual mostró una serie de dificultades en la hegemonía capitalista. La solución estaba en transnacionalizar este modelo económico como una forma de homogeneizar las culturas (Martín-

3 El *tejido social* lo entendemos como un “conjunto de relaciones efectivas que determinan las formas particulares de ser, producir, interactuar y proyectarse en los ámbitos familiar, comunitario, laboral y ciudadano” (Romero citado en Mendivil, *et al.*, 2015, p.13).

4 La comunicación comunitaria tuvo su auge en Latinoamérica en los años 70 y 80, cuando las comunidades, cansadas de la poca eficacia de un Estado centralista para cubrir sus necesidades básicas, comenzaron a constituir medios donde las prácticas comunicacionales eran diferentes a la dominante.

Barbero, 1991). Sin embargo, lo masivo enfrentaba también un debilitamiento por cuenta de las alternativas populares y la multiplicidad de voces que surgieron con los pequeños medios que le hicieron frente a esta carrera homogeneizadora.

Los medios comunitarios también se asumieron como una opción de cambio que se articuló con proyectos de transformación de las estructuras injustas que generaban la pobreza y la marginalidad en América Latina (Kulekdjian, 2011). De manera tal que los medios de comunicación nacidos dentro de las mismas comunidades empezaron a configurarse, como lo dice Pasquali, “en la extensión de una preexistente y más genérica capacidad humana de comunicarse” (1990, p.41).

Se trata entonces de que la comunicación sobrepase a los medios⁵, viéndolos no como fin, sino como proceso que trasciende lo técnico y lo tecnológico, como herramienta, como puente y como promotor de la participación de la comunidad y de las producciones sociales de múltiples sentidos.

Por ello, Radio Sutatenza, surgida en Colombia en 1947 con el objetivo de educar y evangelizar a la población del Valle de Tenza, se convertiría en referente de los medios para el cambio social. Su aparición, con la de las radios mineras de Bolivia, marcó un punto de partida para lo que sería la proliferación de medios comunitarios en América Latina, de la mano de movimientos como la Teología de la Liberación y nuevos enfoques académicos como el que propuso Paulo Freire: educar para la libertad (Kulekdjian, 2011).

Medios comunitarios: comunicación al servicio del cambio social

Son muchas las definiciones que hoy se pueden hallar en artículos, libros, tesis y ponencias sobre medios comunitarios. Aun así, las unas no difieren de las otras en cuanto a las características principales de estos medios. En el presente artículo se pretende mostrar algunas definiciones de diferentes autores para establecer los factores comunes y permitir que el lector cree un concepto con argumentos teóricos.

Alfonso Gumucio (citado en Collado, 2008), por ejemplo, ha hecho especial énfasis en que “los medios comunitarios son las iniciativas audiovisuales de carácter local desarrolladas por comunidades y colectivos ciudadanos con una clara vocación de servicio a la sociedad” (p.212). Los medios comunitarios son una de las formas de ponerse al servicio de la comunidad, y la inclusión de esta comunidad en la creación de contenidos la convierte tanto en emisora como en receptora.

⁵ Es en este sentido que, cuando se habla de comunicación para el cambio social, se habla de “un proceso de diálogo público y privado a partir del cual las gentes deciden quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y cómo pueden administrar colectivamente para alcanzar sus metas y mejorar sus vidas” (Rockefeller citado en Mendivil, et al., 1999, p.15).

El aporte de estos medios al cambio social está fundamentado en los principios de participación ciudadana y promoción de la democracia (Unesco citado en Galarza, 2003); además, recuperan la realidad local como fuente principal para la creación de contenidos. Estos elementos fortalecen la identidad de las comunidades, el sentido de pertenencia por el territorio en el que habitan y el reconocimiento de sus coterráneos como iguales.

De la mano de sus objetivos, la programación de estos medios debe estar orientada a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que conduzcan al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad, en un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial, a la promoción de la democracia, la participación y los derechos fundamentales (Min TIC, 2011).

Así, en la medida en que los sujetos adquieren sentido de pertenencia por su entorno y se crean lazos de solidaridad entre ellos mismos, se enaltecen también los valores comunitarios y se forja un tejido social sólido, en el que se incluye la educación de ciudadanos capaces de tomar decisiones respecto a los temas de interés común, con conocimiento de la realidad política de su entorno. Los sujetos se transforman en actores y promotores de su propia búsqueda del buen vivir.

¿Medios alternativos y/o comunitarios?

En los anteriores párrafos tratamos la definición de *medios comunitarios*. En conclusión, se hallan dos posturas diferentes en los autores que abordan este tema. Algunos utilizan como sinónimos el concepto de *medios comunitarios* y el de *medios alternativos*. Sin embargo, hay quienes los diferencian.

Según Jorge Huergo (citado en Kulekdjian, 2011),

por lo general, estos nombres han intentado reflejar características propias de las prácticas y experiencias comunicacionales pero, además, resaltar el papel de la comunicación respecto de la sociedad o de algún sector social, en especial la articulación de la comunicación con lo político. (p.25)

Para empezar, nos remitimos al Diccionario de la Real Academia de la Lengua, el cual define lo *alternativo* como: “En actividades de cualquier género, especialmente culturales, que difiere de los modelos oficiales comúnmente aceptados” (RAE, en línea).

Lo anterior nos permite dilucidar que un medio es alternativo en tanto que es una opción diferente a los medios tradicionales y masivos. Estos últimos son vistos como los principales espacios de representación que, además, construyen una idea de realidad centralizada.

Fernando Reyes Mata (citado en Barranquero, 2008) explica que en este concepto se ubican a todas las formas de comunicación que emergen como respuesta al sistema dominante. Esto implica que, de una u otra forma, las experiencias de comunicación alternativa se inscriben en el proceso de liberación de los pueblos y en la promoción de una democracia efectiva.

Por su parte, Alejandro Barranquero (2008) argumenta que la mayor parte de las conceptualizaciones clásicas de la comunicación alternativa recurren, por lo general, a definirla en negativo, de acuerdo con lo que “no es” — dominante, autoritaria, impositiva—, descuidando la esencia de lo que “es” o “debería de ser”, independientemente de su carácter opositor.

Estos medios tampoco se delimitan en escala, ya que pueden ser locales, regionales o nacionales. Tampoco son sinónimo de minorías. Más bien pueden ser espacios que ofrecen contenidos que llenan las expectativas de un público con intereses específicos y que tienen la posibilidad de crear espacios de participación convirtiendo al consumidor en prosumidor⁶.

A partir de esto, se empieza a pensar en lo “alter-mediático”. En su texto *Comunicación alternativa. Debates, escenarios y redes* (2011), Alejandro Barranquero hace una ampliación de los contornos de este concepto, definiendo unas características específicas, como:

Los medios alternativos son aquellos que se orientan no sólo a criticar las estructuras injustas del sistema, sino a promover acciones colectivas a fin de transformarlas.

Comunicación alternativa se convierte en toda aquella dirigida a generar procesos participativos de diálogo con el objeto de que la gente se (re) conozca a sí misma y a sus semejantes, promoviendo dinámicas de comunicación intercultural. (p.6)

En cuanto a la discusión sobre las diferencias entre medios comunitarios y alternativos, el mismo autor afirma que:

Es cada vez más frecuente la alusión al concepto de medios comunitarios. Así, Dorothy Kidd invita a que nos fijemos en el último término de la expresión, “nativo”, puesto que estos medios nacen y están orientados a incidir en sus comunidades locales de origen, recuperando su memoria histórica y dando cauce de expresión a identidades no siempre reconocidas o escasamente representadas en los

6 La palabra *prosumidor* — en inglés, *prosumer*— es un acrónimo que procede de la fusión de dos palabras: *producer* (productor) y *consumer* (consumidor). El concepto fue anticipado por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, quienes en el libro *Take Today* (1972) afirmaron que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y de consumidor de contenidos (Islas, 2008).

medios convencionales —poblaciones rurales, migrantes, obreros, ancianos, mujeres, indígenas, etc.—. En este esquema, la comunicación alternativa deviene un recurso esencial para la promoción de modos de vida e imaginarios hechos “por, para y sobre” las comunidades locales. (Barranquero, 2011, p.6)

Por otro lado, tenemos la definición de *comunitario* que, según la RAE, es lo que pertenece a una comunidad. En este punto podemos encontrar una diferencia entre medios comunitarios y medios alternativos: su naturaleza. Un medio comunitario es una iniciativa que nace de los miembros de una comunidad con la intención de suplir unas necesidades comunicativas y de participación enfocadas netamente en la realidad local.

Los medios alternativos, por su parte, pueden surgir como discurso alterno a determinado tema o por el interés personal u organizacional de difundir una perspectiva diferente a la habitual. Por ejemplo, una emisora LGTBI, un periódico cuyos contenidos estén dedicados a la defensa del medio ambiente o los animales, etc.

Como vemos, estos dos conceptos, aunque no son iguales, tampoco distan en sus objetivos de ser la voz de un discurso antihomogeneizador. Un medio de comunicación comunitario siempre es alternativo, por cuanto ofrece una opción diferente a los medios masivos tradicionales en los que solo se ve la realidad generalizada del país.

Por ejemplo, en un municipio en el que, como es usual, los habitantes tienen acceso a los canales de televisión dominantes (RCN y Caracol), en los que rara vez, por no decir nunca, se verá una noticia de su localidad, un medio comunitario que muestre esa realidad local y cercana se convierte en una opción diferente, es decir, alternativa.

Sin embargo, no todos los medios alternativos son comunitarios: estos últimos cumplen funciones sociales específicas que van de la mano con procesos complejos como, por ejemplo, el aporte a la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de la identidad.

Más allá de las particularidades y diferencias entre medios comunitarios y alternativos, la importancia de ambos radica en que aportan a la construcción de nuevos discursos y prácticas, ofrecen otras formas posibles de mirar el mundo, situados desde entornos locales reales. Finalmente, estamos hablando de medios que, desde su perspectiva, están apuntando al cambio social.

Clemencia Rodríguez en *De medios alternativos a medios ciudadanos* (2009), evidencia que el futuro y el reto de estos medios (comunitarios o

alternativos) están relacionados con sus capacidades para desencadenar procesos de cambio social; propone renovar las limitadas categorías que han definido este campo y argumenta que “nuestra labor teórica usa categorías demasiado estrechas para abarcar las experiencias vividas por los implicados con los medios alternativos” (citado en Barranquero, 2008, p.187).

Para hablar de *medios ciudadanos*, es necesario primero hablar del *ciudadano*. Rodríguez (2009) retoma a la politóloga belga Chantal Moufe, quien redefine y precisa este concepto relacionando la acción y el compromiso político cotidiano. Para ella, la ciudadanía se construye con base en la identidad política y las interacciones sociales. Las personas se asumen como ciudadanos mediante la participación en prácticas políticas cotidianas.

Un medio ciudadano es pues un espacio que “promueve procesos simbólicos que le permiten a la gente designar y expresar el mundo en sus propios términos” (Rodríguez, 2009, p.18). En estos medios, las comunidades también son emisores y creadores de sus contenidos, y esto implica poder recodificar la propia identidad con signos y códigos elegidos por ellos mismos. Además, no serán identidades impuestas por sujetos externos, es decir, la comunidad reconstruye su autorretrato y su cultura (Rodríguez, 2009, p.5).

La constitución de identidades y la visión local conectada con lo global son los retos que están saltando a la vista para los medios comunitarios y alternativos. En otras palabras, el reto es que estos medios incluyan en su quehacer prácticas con efectos sobre la ciudadanía, como lo plantea Clemencia Rodríguez, en las cuales la comunicación deje de ser vista como instrumento y comience a verse como la práctica misma de la democracia y de la paz.

El fortalecimiento del tejido social

Cuando un conflicto armado golpea la sociedad civil, la forma como se hila su realidad se desbarata y la gente queda sin formas de narrar las experiencias de la vida diaria y de “construir un sentido de continuidad entre esas partes, que es lo que da sentido a la vida individual y colectiva” (Rodríguez citado en Bonilla, *et al.*, 2007, p.102).

Las personas huyen de su identidad, temen empoderarse de las situaciones porque ya han visto cómo los grupos armados son los únicos que pueden tomar el poder que da la palabra. “El miedo reprime las iniciativas comunitarias, la acción política y hasta la defensa de los derechos propios. Se censuran sus ideas y se inhiben sus comportamientos de organización” (Romero citado en Mendivil, *et al.*, 2015, p.13).

A algunos no les queda más remedio que el exilio; las amenazas constantes y demás crímenes cometidos contra ellos los empujan al desplazamiento. De esta forma se va fragmentando aún más el tejido social, ya no se habita con las mismas personas, se van perdiendo costumbres porque el conflicto ya no les permite realizarlas y se transforman las prácticas que evidenciaban la pertenencia a un lugar, que relacionaban los individuos con el territorio, que daban cuenta de la identidad.

En la investigación “El papel de la comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia” (2015) se narra la experiencia de los Montes de María en la pérdida de sentidos comunitarios por la violencia:

La gente en comunidad ya no es comunidad, porque todo el mundo va hacia dentro, no hay la posibilidad de socialización, de reunirse o de encontrarse, porque lo que hizo el conflicto fue acabar con todos esos espacios, la gente sola en su casa y ya. Sale a hacer sus compras, como si no viviera en una comunidad, no habla con los demás, medio habla con el vecino (quizás) y en la noche, todo el mundo se encierra. Esa era la época dura, todo el mundo hacia adentro. (Oviedo citado en Mendevil, *et al.*, 2015, p.18)

Después de terminar las hostilidades, estas comunidades que habían sido silenciadas por la guerra —donde los espacios de socialización quedaron reducidos a los permitidos por el conflicto— deben reocupar sus escenarios, empoderarse de sus territorios y volver a tomar la palabra.

La comunicación tiene un papel protagónico en la reconstrucción del tejido social porque es la encargada “de elaborar significaciones y representaciones sociales y políticas, construyendo imaginarios que pueden abogar por una salida creativa del conflicto” (Bonilla *et al.*, 2007, p.103).

Desde un punto de vista más claro, José Miguel Pereira (citado en Bonilla, *et al.*, 2007) propone que la comunicación puede ayudar a reconstruir el tejido social en cuatro dimensiones:

como proceso de información y de formación de opinión pública, en la construcción de sentido colectivo, como proceso de argumentación y deliberación para la construcción de acuerdos colectivos y como acción estratégica para la movilización y el cambio social. (p.106)

Si, como se ha dicho, la *comunicación para el cambio social* se entiende como “un proceso de diálogo público y privado a partir del cual las gentes deciden quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y cómo pueden administrar colectivamente para alcanzar sus metas y

mejorar sus vidas” (Rockefeller citado en Mendevil, *et al.*, 1999, p.15), que supone el reconocimiento de la necesidad y el deseo de transformación de la realidad que no funciona, un paso fundamental es el fortalecimiento del empoderamiento -entendido como capacidad, posibilidad y determinación sobre el futuro propio del desarrollo concebido por la comunidad-.

Para esto es necesario empezar a construir confianza en el otro, restaurar el lazo roto dejado por la violencia por medio del diálogo, el debate, la tolerancia y el respeto. José Oviedo Batista (citado en Mendevil, *et al.*, 2015), coordinador del Colectivo Línea 21 en los Montes de María dice al respecto:

Así la importancia de la comunicación en este tipo de procesos, es la posibilidad de la palabra, que la gente pueda volver a hablar, después de un silencio, que se podría asociar con el olvido, el cual no tenía que ser un olvido, pero si ha sido un silencio impuesto, por la misma dinámica de la guerra. El hecho de la dinámica del conflicto, hace que la gente se encierra, se restrinja y esto afecta lo colectivo. (p.18)

Los medios comunitarios pueden apoyar el proceso de fortalecer el tejido social, devolverles el poder de las palabras a las personas y aportar en la creación del camino necesario para que dejen a un lado el miedo y construyan una comunidad en paz. Estos, lo hemos mencionado, son concebidos como un espacio alternativo donde se exponen temas de la esfera pública propuestos por los mismos habitantes de una región, quienes están más cerca de las cuestiones necesarias para compartir y difundir a múltiples audiencias. En estas dinámicas es necesario reconocer al otro como un interlocutor válido e invitar a la comunidad a que se apropie de su realidad y participe para transformarla.

De esta forma,

los medios pasan de ser concebidos como simples instrumentos a ser valorados como espacios comunicativos, que por medio de la interacción, logran que los sujetos se apropien de su futuro mientras cuentan al mundo, en sus propios términos, de sus culturas, narrativas y esperanzas. Es decir, la comunicación facilita los procesos de apropiación simbólica, y tanto los de re-codificación del entorno como los del propio ser. (Bonilla, *et al.*, 2007, p.105)

La radio en territorios rurales se convierte en parte de la vida diaria de sus audiencias, no sólo como un espacio de entretenimiento, “sino porque además en ocasiones la determina y la organiza [a la cotidianidad], y desde allí, los medios están generando incidencias en la concepción de lo público” (García citada en Bonilla, *et al.*, 2007, p.154).

Un ejemplo de la influencia de estos medios comunitarios es el Tejido de Comunicación que ha logrado crear en la Comunidad Nasa, con dirección de la Asociación de Consejos Indígenas del Norte del Cauca (ACIN). Esta comunidad, con el fin de despertar una conciencia crítica, hacer notar su cultura y compartir el modelo de vida Nasa con otras regiones del país, creó estaciones de radio, telecentros y pequeñas imprentas para difundir sus objetivos.

Una de las motivaciones que los llevó a crear el Tejido de Comunicación es que no se sentían representados por los medios hegemónicos que, en muchas ocasiones, narran de manera parcializada e incompleta sus luchas y su cultura. Además, los medios creados se convirtieron en una esfera pública viable para que la comunidad discuta sobre asuntos que afectan a la gente en su territorio.

ACIN ha establecido uno de los más dinámicos ejemplos de medios de comunicación comunitarios y participativos en Colombia [...] de este modo la radio se convierte en una forma de resistencia a aquella misma conciencia nacional, conciencia que, según consideran los Nasa, está siendo forjada por el materialismo, el militarismo, la codicia y la corrupción. (Murillo, 2011, p.158)

La comunicación (no solo entendida como herramienta, sino como un proceso que genera un hilo conductor en la sociedad) se convierte en un factor clave para que aquellas comunidades que en algún momento fueron destruidas y despojadas de toda autonomía puedan transformarse en agentes de cambio. Permite apropiarse del poder que trae la palabra y la construcción en conjunto para generar procesos de socialización fuertes que les permitan reflexionar sobre un pasado para construir un futuro donde la violencia no se repita.

Cierre

La comunicación, mediática o no, es condición *sine qua non* de la convivencia; procesos identitarios, construcción conjunta de subjetividades y determinación del futuro deseado para una comunidad (llámese desarrollo, buen vivir o plan de vida) pasan por procesos comunicacionales, requieren el diálogo.

Ahora bien, al hablar de una realidad atravesada por el conflicto, cuya ciudadanía está en proceso de fortalecimiento, cuanto más relevante resulta la instauración de escenarios de diálogo que permitan el reconocimiento y la visibilización propia y del otro, más relevante será la elaboración de acuerdos para la vida conjunta.

Tal posibilidad aparece remota desde los espacios homogenizantes de “lo nacional”, que desconocen, al menos en sus coberturas, las realidades territoriales, así como las dinámicas que allí han acaecido en relación con las distintas manifestaciones del conflicto armado.

En estas condiciones, retomar el sentido alternativo y comunitario de los medios de comunicación regionales y locales (que al parecer se ha desdibujado por las presiones tanto del mercado como del conflicto mismo) es uno de los componentes probables en el camino de reconstrucción de tejido social, recuperación de memoria, elaboración de pactos y visibilización de problemáticas y grupos poblacionales. Esto se da, en primer lugar, gracias a la cercanía, localidad y posibilidad de interacción que tienen estos medios y, en segundo lugar, porque las tecnologías actuales de comunicación facilitan la acción articulada o en red con otros similares, la conectividad con múltiples regiones y el acceso desde cualquier lugar del globo.

Se torna entonces como reto no solo la implementación de estrategias que promuevan estos objetivos, sino también la construcción de mecanismos que promuevan la participación integral de las comunidades en la cotidianidad de los medios de comunicación, así como el perfilamiento de los mismos hacia la constitución de medios ciudadanos.

Referencias

- Barranquero, A. (2008). *Latinoamérica en el paradigma participativo de la comunicación para el cambio*. (Tesis de doctorado). Universidad de Málaga, Málaga, España.
- Barranquero, A. (2011). Comunicación alternativa. Debates, escenarios y redes. *Ecos*, 13, pp.1-9.
- Bonilla, J., Borja, P., Iguarán, J., López, M. (2008). *Lo que construimos desde abajo: comunicación para la paz en Colombia*. (Trabajo de grado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Recuperada de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis113.pdf>
- Collado Campaña, F. (2008). La influencia de las radios y las televisiones comunitarias en la construcción de ciudadanía. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, 17, pp.209-214.
- Galarza, T. (2003). *Estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa*. (Tesis de doctorado). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, España.
- Herrera, Á. (2011). *Investigación en comunicación y desarrollo en Colombia en el siglo XXI: el aporte de las facultades de comunicación*. Bogotá: Afacom, alianza interinstitucional.
- Islas, O. (2008). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *Palabra clave*, 11,(1), pp.29-39. Recuperado de https://octavioislas.files.wordpress.com/2009/09/octavioislas_2008_coneicc.pdf
- Kaplún, M. (1985). *El comunicador popular*. Quito: CIESPAL.
- Kulekdjian, L. (2011). *Las prácticas en comunicación comunitaria: Una mirada desde las organizaciones sociales*. (Tesina). Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.

Recuperado de <http://newpagecomunicacion.sociales.uba.ar/files/2013/02/Luciana-Kulekdjian.pdf>

MacBride, S. (1980/1993). *Un solo mundo, múltiples voces: comunicación e información en nuestro tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.

Mendivil, C., Meléndez, K., Racedo, Y., Rosero, J. (2015). El papel de la comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia. *Encuentros*, 13(1), pp. 11-23.

Murillo, M. (2011). Un tejido de comunicación: medios comunitarios y planes de vida en el norte del Cauca. En J. Pereira y A. Cadavid (Eds.). *Comunicación, desarrollo y cambio social. Interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios* (pp.157-190). Bogotá: Universidad Javeriana-Uniminuto.

Osses, S. (2002). *Nuevos sentidos de lo comunitario: Radios comunitarias en Colombia* (Tesis de maestría). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México, México.

Pasquali, A. (1990). *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Ávila.

Rodríguez, C. (2009). De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término. *Folios*, 21, pp.13-25.