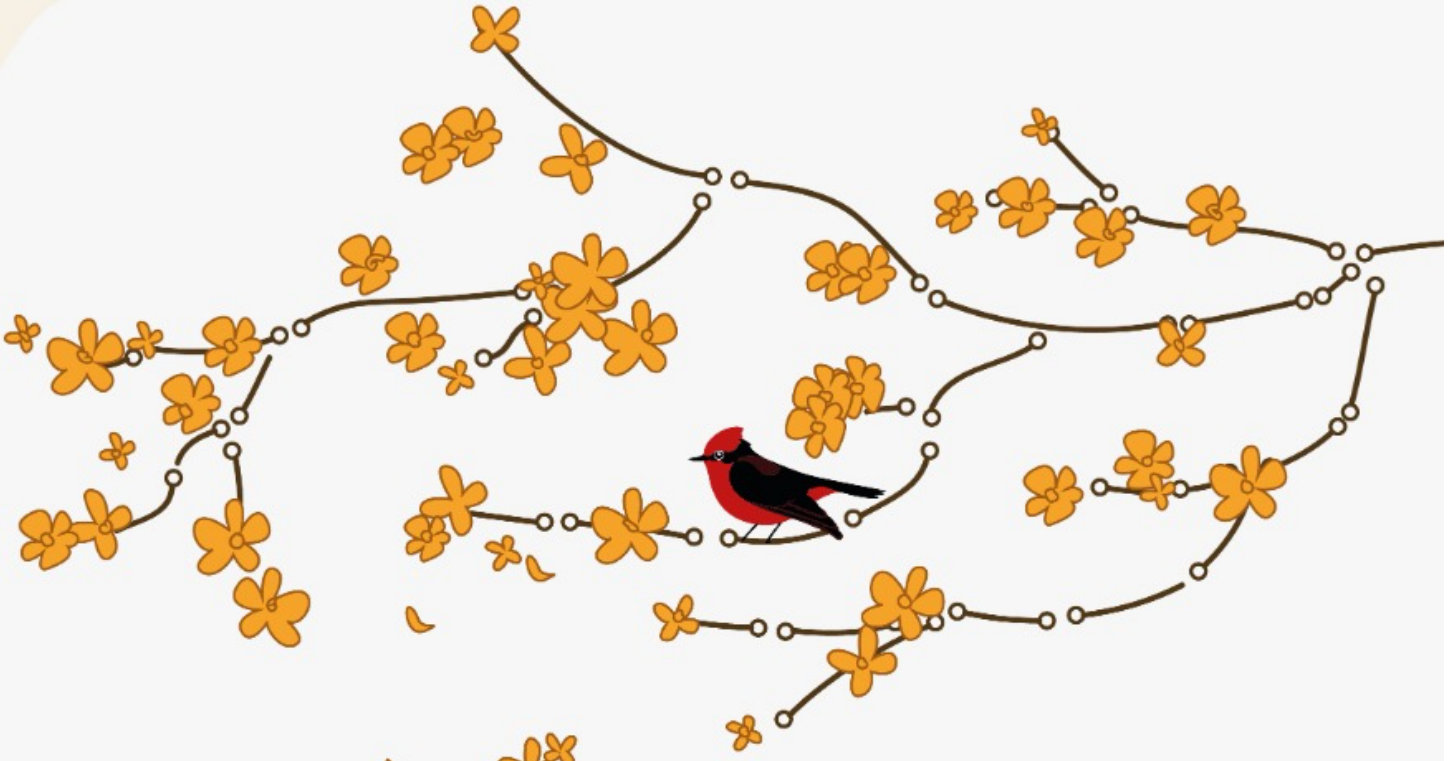
Universidad Pontificia Bolivariana
Acreditación Institucional ALTA CALIDAD • MULTICAMPUS
Res. MEN No. 17228 del 24 de octubre de 2018 • 8 años

ALAIC
Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.
Associação LatinoAmericana de Investigadores da Comunicação.



ALAIC 2020

Medellín-virtual • 9 - 13 de noviembre

DESAFÍOS Y PARADOJAS

DE LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA: las ciudadanías y el poder

GT 8. COMUNICACIÓN POPULAR, COMUNITARIA Y CIUDADANÍA

GT 8. COMUNICAÇÃO POPULAR, COMUNITÁRIA E CIDADANIA

ISSN 2179-7617

Facultad de Comunicación Social – Periodismo
Universidad Pontificia Bolivariana
2020

MEMORIAS (V.14/10/21)

GT 8. Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía

GT 8. Comunicação Popular, Comunitária e Cidadania

Coordinación de GT

Washington Uranga (Argentina). wuranga@wuranga.com.ar

Vicecoordinación

Sandra Meléndez (Colombia). slabrador@uninorte.edu.co

Nívea Bona (Brasil) bonanivea@gmail.com

Comité Directivo ALAIC 2018-2020

Presidencia: Gustavo Cimadevilla (Argentina)

Vicepresidencia: Gabriel Kaplún (Uruguay)

Dirección Científica: Tanius Karam Cárdenas (México)

Dirección Administrativa: Daniela Inés Monje (Argentina)

Dirección de Comunicaciones: Sandra Osses Rivera (Colombia)

ISSN: 2179-7617

Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación – ALAIC

Universidad Pontificia Bolivariana – UPB

2020

Nota: La publicación de las ponencias se hace con autorización de las y los autores de acuerdo con las condiciones publicadas en la convocatoria para la recepción de ponencias del XV Congreso ALAIC 2020. El contenido de los textos es responsabilidad única de quienes firman como autores.

Tabla de contenido

Dialogia Jornalística: um estudo sobre a produção de podcasts feita por veículos alternativos e sua contribuição na construção do diálogo social.

Naiara Albuquerque, Mara Rovida. ---------- 8

A superação do conflito em pauta: o jornalismo alternativo como estimulador do engajamento social.

Maximiliano Martin Vicente, Kethleen Guerreiro, Diuan dos Santos Feltrin. ---------- 20

Reticularidad de la Radio Comunitaria: vínculos y sentidos en una perspectiva comparada.

Sandra Liliana Osses Rivera. ---------- 32

FM Pachakuti. El desafío de sostener una radio indígena en la puna Argentina. Emilse Siares 45

El poder de las emociones: el relato afectivo de las radios comunitarias en Chile.

Juan Domingo Ramírez-Cáceres, Tomás Ignacio Soto Ramírez ---------- 56

Relações entre rádio e cultura no contexto da migração AM/FM.

Elane Gomes Santos Coutinho. ---------- 75

Televisión comunitaria en Uruguay. Experiencias, proyectos y condiciones de los movimientos sociales y comunitarios para su desarrollo.

Nicolás Robledo Pisciottano ---------- 87

¿Quo vadis, televisión comunitaria? La transformación de esta TV de proximidad de Colombia en las presidencias de Uribe (2002-2010), Santos (2010-2018) y Duque (2018...).

Lizandro Angulo Rincón. ---------- 98

Prensa satírica y cultura popular chilena en clave histórica: los casos de El Ají (1889 – 1894) y José Arnero (1905 - 1914).
Chiara Sáez ---------- 121

Periodismo como acción política de subalternidad a través de la radio autogestiva.
Juan Daniel Montaño Rico. ---------- 133

Disposición al perdón y la reconciliación por parte de las mujeres víctimas del conflicto armado en su cotidianidad.
Elva Mónica García Bustamante, Gina Marcela Arias. ---------- 142

Imigrantes brasileiros na Espanha: comunicação e ativismo transnacional em contexto de crise econômico-política.
Denise Cogo. ---------- 158

La dimensión política en los procesos comunicacionales. El caso de InterRedes.
Teresita Vargas, Washington Uranga. ---------- 170

Hegemonia, jornalismo e conhecimento: possíveis leituras sobre práxis contra-hegemônica.
Clarissa do Nascimento Peixoto, Samuel Pantoja Lima, ---------- 181

Comunicación en conflictos socio-ambientales: experiencias en el marco de las consultas populares.
Robert Adrian Quintero Leguizamon, Marisabel García. ---------- 192

A cidadania das pessoas com síndrome de down em relação ao consumo de conteúdos midiáticos jornalísticos.
Juliana Tamaki, Marco Bonito ---------- 208

Lucha campesina y construcción de paz en Colombia, un aporte desde la memoria.
Martha Cé Romero-Moreno.----------219

Comunicación participativa el camino a la consolidación de áreas protegidas con poblaciones locales, caso AMI Santa Rosa del Abuná – Bolivia.
Divha Alejandra Gantier Mita ----------239

Matrizes epistemológicas da comunicação popular e comunitária.
Cicilia M.Krohling Peruzzo----------246

Da comunicação popular ao ativismo digital: o jornalismo “pé no barro” das mídias populares no Brasil.
Ana Cristina Suzina ----------258

Potencialidad de las contra esferas en los intersticios del espacio público: producción y circulación de contenidos de comunicación comunitária.
Nidia Cristina Abatedaga, María Ordoñez.----------272

Mapa de lo público. Una discusión sobre la perspectiva de la Comunicación Educativa y Comunitaria hoy.
Martín Martínez, Lucía Olivari. ----------285

Desde los medios alternativos y comunitarios: de una educación informal a una alfabetización mediática en Colombia. Juan Camilo Chacón Cervera. ----------296

ComCom UnB: A construção de um Programa de formação sociopolítica e intervenção social.
Mônica Rodrigues da Silva, Milena Castro de Araujo, Mara da Silva Oliveira, Luana de Melo Calvacanti ----------308

Percepción de la gráfica chicha en estudiantes universitarios de Ciencias de la Comunicación de la UNCP.
Jorge Yoel Jaime Valdez, Robhert James Pimentel Sulca.----------324

Museos comunitarios en Argentina: patrimonialización, culturas y organización comunitária.
Mirta Amati. ----------338

Los sentidos de ciudadanía en la cultura festiva: Contribuciones del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto -Nariño (Sur de Colombia) Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad al campo de la comunicación.
Aura Patricia Orozco Araújo----------351

Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) em Mato Grosso/Brasil: existência e visibilidade a partir da comunicação e das práticas culturais.
Gibran Luis Lachowski, Yuji Gushiken ----------362

Del Ciberactivismo a la política formal, el tránsito de los liderazgos femeninos.
Citlali Stephany Pérez Luque ----------259

Análisis de la representación de la violencia de género configurada en las campañas audiovisuales del Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género- Chile (2014-2017).
Alicia Lorena Rey Arriagada.----------279

Pressão, violência de gênero, negação de direitos e ausência de liberdade: a comunicação e a cultura como direito humano no fortalecimento na luta do movimento de mulheres do campo.
Ylka Etienne de Oliveira Cordeir, Betania Maciel. ----------305

La espectralidad indígena como comprensión de la actual racionalidad postcivilizatoria.
Carlos Del Valle Rojas.----------317

"Zaga e Teile": narrativas de si a partir do popular periférico.
Sthael Luiza Aleixes Fiabane----------334

Transnacionalización de prácticas culturales de la Regla Ocha-Ifá en contextos de globalización.
Yusymit Castillo Guerrero, Yamilé Ferrán Fernández, Lissette Hernández García. Ramón Torres Zayas----------350

Diálogos del "yo" imaginario con el "otro": Los imaginarios dentro de la Comunicación Social.
Camila Julieta Jiménez Sánchez----------375

Diversidade cultural em pauta: a presença de grupos culturais na cobertura jornalística do site Cultura Plural.
Matheus Henrique Rocha Gastaldon, Karina Janz Woitowicz ----------386

Fugere Urbem no Século 21: Migração de Área Rural a Urbana como Ação Anti-capitalista e Colonial.
Moana Luri de Almeida.----------399

Contribuições para pensar as relações estabelecidas entre documentaristas e líderes-comunicadores folk.
Thífani Postali----------412

#Migrarlamirada: os imaginários na representação dos processos migratórios a partir dos dados e os desafios para uma cidadania comunicativa intercultural.
Raiana da Silva Rodrigues, Fabricio Barili. ----------422

Comida como processo comunicacional.
Daira Martins Botelho. ---------- 440

Esporte e interculturalidade: o futebol como elemento de integração social para refugiados angolanos.

Conceição A. N. de Souza, Carol Fontenelle.---------- 450

eWOM: Comprender la intención de proporcionar en línea: críticas através de las culturas.

Sindy Chapa, Nivia Escobar Salazar, Faren Karimkhan.----------461

Dialogia Jornalística: um estudo sobre a produção de podcasts feita por veículos alternativos e sua contribuição na construção do diálogo social

Diálogo periodístico: estudio sobre la producción de podcasts realizados por vehículos alternativos y su contribución a la construcción del diálogo social

Journalistic Dialogy: a study on the production of podcasts made by alternative vehicles and their contribution to the construction of social dialogue

Naiara Albuquerque [67]

Mara Rovida[68]

Resumo: A ideia de que o diálogo jornalístico corrobora com a construção da sociedade é nossa hipótese mais ampla sobre a prática jornalística. Por isso, busca-se na pesquisa em desenvolvimento compreender se novos formatos digitais dão conta de entregar uma produção jornalística aprofundada, contextualizada e dialética. Para desenvolver essa reflexão, no contexto dos estudos de Jornalismo como forma de Diálogo Social, analisaremos como está sendo desenvolvida a produção de podcasts jornalísticos da imprensa brasileira na contemporaneidade, por meio da análise do podcast do jornal Nexo na busca de entender como essa produção engendra a possibilidade de articular novas formas de consumo midiático com as demandas da narrativa aprofundada, portanto, que lida minimamente com a polifonia e a polissemia (MEDINA, 1996) que fazem parte da realidade. Apresenta-se um breve estudo sobre o jornalismo alternativo contemporâneo e como essa profissionalização guarda relação consonante com as mudanças do universo midiático produzidas pelo ambiente online. Paralelamente, um levantamento bibliográfico de referências na pesquisa sobre a produção jornalística fora do circuito mainstream, nomeada por alguns como jornalismo alternativo, também é desenvolvido. São consultados

[67]Naiara Albuquerque é mestranda no PPGCC da Universidade de Sorocaba, Brasil, naialbuquerquemf@gmail.com.

[68] Mara Rovida é docente no PPGCC da Universidade de Sorocaba, doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, Brasil, mara.rovida@prof.uniso.br.

autores como Cicilia Peruzzo (1995), Dennis de Oliveira (2017), Bernardo Kucinsky (1991) e John Downing (2002).

Palavras-Chave: Dialogia Jornalistica, Jornalismo Alternativo, Podcast.

Resumen: La idea de que el diálogo periodístico corrobora la construcción de la sociedad es nuestra hipótesis más amplia sobre la práctica periodística. Por ello, se busca en el desarrollo de la investigación comprender si los nuevos formatos digitales son capaces de entregar una producción periodística profunda, contextualizada y dialéctica. Para desarrollar esta reflexión, en el contexto de los estudios de Periodismo como forma de Diálogo Social, analizaremos cómo se está desarrollando en la actualidad la producción de podcasts periodísticos de la prensa brasileña, a través del análisis del podcast del diario Nexo en un intento de comprender cómo esta producción engendra la posibilidad de articular nuevas formas de consumo mediático con las exigencias de la narrativa en profundidad, por tanto, que trata mínimamente la polifonía y la polisemia (MEDINA, 1996) que forman parte de la realidad. Se presenta un breve estudio sobre el periodismo alternativo contemporáneo y cómo esta profesionalización se relaciona con los cambios en el universo mediático producidos por el entorno online. Paralelamente, también se desarrolla un relevamiento bibliográfico de referencias en investigaciones sobre producción periodística fuera del circuito mainstream, denominado por algunos como periodismo alternativo. Se consulta a autores como Cicilia Peruzzo (1995), Dennis de Oliveira (2017), Bernardo Kucinsky (1991) y John Downing (2002).

Palabras clave: Diálogo periodístico, Periodismo alternativo, Podcast.

Abstract: The idea that journalistic dialogue corroborates the construction of society is our broadest hypothesis about journalistic practice. Therefore, it is sought in developing research to understand whether new digital formats are able to deliver a deep, contextualized and dialectical journalistic production. To develop this reflection, in the context of Journalism studies as a form of Social Dialogue, we will analyze how the production of journalistic podcasts of the Brazilian press is being developed today, through the analysis of the podcast of the newspaper Nexo in the

search to understand how this production engenders the possibility of articulating new forms of media consumption with the demands of the in-depth narrative, therefore, which deals minimally with the polyphony and the polysemy (MEDINA, 1996) that are part of reality. A brief study on contemporary alternative journalism and how this professionalization is related to the changes in the media universe produced by the online environment is presented. In parallel, a bibliographic survey of references in research on journalistic production outside the mainstream circuit, named by some as alternative journalism, is also developed. Authors such as Cicilia Peruzzo (1995), Dennis de Oliveira (2017), Bernardo Kucinsky (1991) and John Downing (2002) are consulted.

Keywords: Journalistic dialogue, Alternative journalism, Podcast.

Introdução

Não é de hoje que a mudança provocada pelo advento das novas mídias e tecnologias digitais para a prática do jornalismo nos chama a atenção. Nas duas últimas décadas, sociedade e profissionais da área da comunicação foram expectadores do surgimento de inúmeros sites, portais e páginas em redes sociais com intuito de fazer circular informação por novos meios e em múltiplas formas. Nesse mesmo desenrolar, arautos da crise traziam enunciados sobre o fim do jornalismo, mitigando o ofício profissionalizado em detrimento a uma democrática rede de desinformação de qualidade duvidosa.

A redução das tiragens de jornais e revistas andou, por anos, em paralelo ao aumento do consumo via plataformas digitais em duas mãos de acesso: a primeira, via migração midiática dos veículos constituídos tradicionalmente em suportes *off-line*; e a segunda, pelos sites jornalísticos nascidos num cenário favorável para iniciativas de menor custo, fora do *mainstream*.[69]

Contudo, a ideia de uma crise que decretaria o fim do jornalismo não se justifica se vista por uma perspectiva mais ampla. Se os impressos perderam espaço na distribuição de informação, os meios digitais passaram a ser mais consultados. Ou seja, a crise existiu no campo dos meios, mas não no que diz respeito à prática comunicacional. Trata-se, portanto, de uma dinâmica diferente que surge em consequência de uma mudança social. A discussão proposta neste artigo vai ao encontro dessa constatação. A

[69] Carvalho et al. (2015) identificou 42 sites de jornalismo alternativo entre os anos de 2000 e 2015.

mudança de meios é apenas um pano de fundo na tentativa de colaborar com o entendimento de como o jornalismo tem suprido os anseios dessa demanda em novos espaços de produção e consumo de conteúdo. O foco é o fazer jornalístico, seus processos e resultados, em meio ao contexto social de convergência entre antigos e novos meios de comunicação.

Parece necessário observar e refletir se, depois de tantas mudanças de escopo, de formato e de mídia, o jornalismo atual mantém no horizonte o processo de construção social ao qual se propõe[70] no mundo contemporâneo. Objetivo que justifica a necessidade de entender todo o contexto em que esse processo se insere. Iniciando pelas mudanças da sociedade, passando pela transformação dos processos de comunicação e pela possível análise do conteúdo oferecido a essa nova demanda, até a discussão intrínseca da prática jornalística sobre a ontologia do jornalismo.

O texto aqui apresentado é resultado parcial de uma pesquisa em desenvolvimento, cuja finalidade toma como objeto a produção jornalística do Jornal Nexo, mais precisamente a coluna "Durma com essa", um podcast de notícias. O veículo apresenta-se como independente, por isso nosso movimento teórico recorta o estudo do jornalismo alternativo no Brasil, pontuando passagens históricas mais relevantes à discussão e o entendimento de diferentes autores sobre o tema. Sendo esse o foco do presente artigo.

Na tentativa de preparar um suporte teórico para a pesquisa, nos aproximamos do conceito de diálogo social proposto por Medina (2016); que serve tanto como diretriz conceitual, quanto ideia norteadora da análise proposta pela pesquisa na busca de aumentar a compreensão sobre o fazer jornalístico na contemporaneidade.

A dialogia jornalística

A linha de pensamento sobre o jornalismo que utilizaremos se resume no conceito de dialogia jornalística defendido por Cremilda Medina ao longo de muitas décadas. Nessa perspectiva, a prática jornalística é vista como um espaço de mediação social. A figura do profissional desloca-se do lugar estanque de divulgador de informação para tornar-se um administrador de diversas pressões externas

[70] (MEDINA, 1996; 2015)

e internas que incidem na construção da notícia.

Medina defende que o trabalho do jornalista tem potencial dialógico por estar estabelecido numa relação triádica, formada por protagonistas, mediador e público. Nessa visão, o jornalista não é apenas um divulgador de fatos, mas é tomado como partícipe do processo comunicacional formado por vários elementos, como os personagens sociais, os comportamentos culturais, as pressões econômicas, entre vários outros, que irão compor a história. Um processo complexo e afetado por subjetividades. Por conta disso, a responsabilidade da prática jornalística é ir ao outro, ter entendimento do protagonismo do outro, ter consciência que o ofício exige a modulação de uma personalidade profissional descentralizada para essa compreensão. Somente pela ação criativa desse agente o jornalismo atende aos pressupostos de criação de diálogo social.

> O comunicador social relaciona, nas relações simbólicas, o universo das ideias; ao mesmo tempo, trabalha com o imaginário coletivo, emoções, mitos, registro intuitivo-criativos; e, em terceiro lugar, com comportamentos culturais, ação sociocultural que se codifica em situações muito expressivas do jogo trialético indivíduo-coletividade (local, regional e nacional) – a universalidade. Assim, a linguagem da mediação social se informa de representações simbólicas lógico-analíticas (ideias, conceitos, argumentos), representações intuitivo-simbólicas (emoções, criações artísticas, mitos) e representações moto-operacionais (situações, modos de ação cultural). Na plenitude de um mediador, compareceriam conteúdos complexos e não conteúdos simplificadores ou reducionistas. (MEDINA, 1996, p. 12).

De acordo com Medina, todo o trabalho irá depender da cosmovisão do seu interlocutor e completa que: "o ato jornalístico exige um olhar sutil e indiscreto do leitor cultural; uma visão complexa apta a recolher a polifonia e a polissemia do contexto sociocultural; e a relação dinâmica entre o eu e o outro." (MEDINA, 1996, p. 33).

O ato de narrar é reconhecido como uma ação que busca reproduzir simbolicamente a realidade. O jornalista-autor de uma narrativa desse tipo é considerado um mediador simbólico. Para Medina, só o jornalista que se aperfeiçoa para poder criar terá alguma possibilidade de intervir no processo de mediação social. Os jornalistas precisariam superar os obstáculos da profissão – entendidos como resultantes da técnica reducionista – para investir em

apurações e narrativas dialógicas e complexas. Assim é que se tornariam capazes de modificar efetivamente o status quo e praticar um discurso polifônico (diversidade de vozes) e polissêmico (multiplicidade de significados).

Medina (1988; 1996) enxerga o jornalismo como uma engrenagem complexa que se mantém por meio de diferentes processos internos que se articulam entre si. Eles vão desde o planejamento da pauta até a padronização do trabalho via estilística, passando pelas rotinas de apuração, texto e edição. Apesar dessa visão sistêmica, ela conceitua o jornalismo como prática social, pertencente à cultura de um determinado local.

O trabalho jornalístico deve ser capaz de promover diálogo, objetivo somente alcançado pelo jornalista, quando o público "fruidor da informação (que) se identifica com o sujeito do acontecimento, revive o acontecer e assume a ação histórica com decisões informadas" (MEDINA, 1996, p. 13). Por isso, a importância de o profissional desenvolver uma visão de mundo plural e aprofundada para a produção de narrativas que representem a realidade e seus personagens.

A técnica jornalística, por sua vez, é entendida como uma espécie de ferramenta para o trabalho que será constituído em campo, no momento em que o jornalista está observando seu objeto de análise e extraindo dessa experiência os subsídios necessários para a construção de um produto simbólico – a notícia ou narrativa jornalística – que carrega a informação mais pertinente ao processo. Todavia, apesar de ser a técnica o elemento de definição do que é ou não notícia e de como ela é apresentada, esse processo é afetado por diferentes feixes de força. Medina (1988) enfatiza três feixes de forças simbólicas: o feixe econômico-político – representado pela empresa jornalística; o feixe de forças culturais – identificado pelas relações histórico-culturais que permeiam a sociedade e a própria prática jornalística; e o feixe de forças individual – observado na subjetividade do mediador jornalista. Isso significa que o processo de produção jornalística é, do início ao fim, afetado por múltiplas forças simbólicas o que indica uma perspectiva que rompe com a suposta objetividade racional defendida como tônus inquestionável da produção comunicacional.

Por conta desse entendimento, Medina sugere que a interpretação seja o resultado do esforço compreensivo do mediador. Sendo

o profissional um ator social que está presente num determinado acontecimento, envolto em um contexto social, situado histórica e culturalmente. Por meio de sua prática profissional, além de "ir ao outro" é também capaz de fazer a escuta das vozes especializadas para colher diagnósticos e prognósticos, que vão além da falácia de "a favor" e "contra". É com essa perspectiva do fazer jornalístico que a pesquisa em desenvolvido se afina.

Jornalismo alternativo – conceito em disputa

A discussão sobre o jornalismo alternativo se vê num terreno bastante complexo há muitas décadas. Fato que se dá pelo entendimento do princípio do seu ofício. Muito se estudou no campo acadêmico sobre produção, meios e formatos; contudo, a conceituação sobre o jornalismo alternativo ainda se mostra imprecisa. Tomamos como exemplo as diferentes chaves temáticas da bibliografia, onde encontram-se termos como: comunicação alternativa, comunicação comunitária, comunicação das classes subalternas, comunicação emancipadora, imprensa alternativa, imprensa nanica, imprensa popular, entre outros.[71]

Um recente estudo (PACHI FILHO et al., 2019), realizado no Brasil, buscou identificar as principais ou mais recorrentes ideias sobre o jornalismo alternativo nas pesquisas desenvolvidas no campo da comunicação. Para tanto, um levantamento, por meio de palavras-chave que representam o tema, foi feito nas bases de dados da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação –, Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – e Ibercom – Associação Iberoamericana de Comunicação –, assim como em revistas científicas qualificadas pela Capes com Qualis A2 a B1. Foram identificados e selecionados 94 artigos após pesquisa online. Com base nesse universo, observou-se que os temos mais recorrentes para identificar a produção midiática fora dos circuitos centrais são "comunicação alternativa", "imprensa alternativa" e "jornalismo alternativo". Outro dado que chama a atenção no levantamento de Pachi Filho et al. (2019) diz respeito aos autores mais consultados nessas reflexões, na lista

[71] Centro de Documentação da Comunicação dos Países de Língua Portuguesa, órgão complementar da Intercom, mantido pela USP com apoio do CNPq.

encontram-se John Downing, Cecilia Peruzzo, Maria Gohn, Denis Moraes e Denise Cogo. Neste artigo, selecionou-se dois dos destaques da lista de Pachi Filho et al. e um terceiro estudioso que parece contribuir para o debate ainda que não haja uma definição ou um conceito único sobre a comunicação fora do circuito mainstream.

Cecilia Peruzzo (1995) usa as nomenclaturas comunicação comunitária e comunicação popular. Ela entende que o conceito visto pela perspectiva da comunicação de movimentos sociais não completa sua totalidade, já que esses movimentos não abarcam todas as formas de expressão popular, ao passo que existem outros tipos de manifestações da comunicação popular. "A maioria dos estudos da comunicação popular na perspectiva dos movimentos sociais toma como pressuposto o conceito de povo como sinônimo de classes subalternas submissas à dominação econômica e política das classes dominantes" (PERUZZO, 1995, p. 31). Por isso, a ideia que representa esses fazeres comunicacionais com mais adequação, de acordo com a autora, encontra respaldo nos termos popular e comunitário.

Para entender a comunicação popular é preciso ler conjunturas históricas e sociais sem as quais não há como fazer tal determinação social. "E o que é claro é que em geral existe algo que aglutina, e tem um caráter de oposição ao status quo. Povo neste sentido está lutando contra algo e a favor de algo e a favor de algo em vista dos interesses da maioria da população" (PERUZZO, 1995, p. 31). Essa caracterização de intencionalidade torna o conceito de comunicação popular relacionado uma contraposição ou, como preferem alguns estudiosos, uma contra hegemonia.

Peruzzo defende que a comunicação popular é portadora de conteúdo crítico da realidade e reivindica a construção de uma sociedade justa. Quanto à forma, essa comunicação apresenta-se de maneira variável e com metodologias não uniformes. Quanto ao conteúdo, algumas apresentam-se como portadoras das vozes do povo, outras não chegam a tal pretensão. Quanto ao tamanho dos veículos e sua reverberação, também não existe padrão visto no Brasil ou no mundo.

Bernardo Kucinski (2003) define imprensa alternativa como uma produção diversificada, com três vertentes principais: uma mais politizada, outra de veículos ligados à contracultura e, em separado, a linhagem dos humorísticos. Em oposição à

comunicação convencional, a imprensa alternativa teria um papel contestador das instituições da sociedade civil o que é alcançado também pela busca de formas mais democráticas de gestão do jornal, sem ter o lucro como principal objetivo.

Ressalta-se que a obra de Kucinski (2003), livro em que faz um longo levantamento dessa prática comunicacional no Brasil, tem como o foco o período que compreende a Ditadura Militar no Brasil. Dessa forma, com estudo marcado pelo período de cerceamento da liberdade de imprensa no Brasil, as contribuições do autor mostram que o mercado das comunicações levou a uma padronização do jornalismo – não apenas no formato das narrativas, mas na própria escolha de temas e ângulos trabalhados.

Paralelamente à consolidação de uma grande mídia, nesse período histórico, surgem diversas publicações jornalísticas, como jornais, revistas, tabloides, panfletos, etc., com propostas diferentes da grande imprensa, seja no formato, linguagem, escolha ou angulação das narrativas. Trata-se de uma imprensa alternativa, frequentemente vinculada a organizações políticas ou grupos constituídos em torno de ideários políticos de esquerda, opositores do regime militar. Mas também havia veículos ligados à contracultura (sem necessariamente uma vinculação política), a movimentos artísticos e intelectuais diversos. Eram jornais em geral de pequena tiragem e sem finalidades lucrativas, embora alguns tivessem alcançado grandes tiragens, como o humorístico Pasquim (KUCINSKI, 2003).

Para entender o jornalismo alternativo, incluímos na discussão o conceito de 'mídia radical alternativa' (DOWNING, 2002). O que designa, segundo o autor, os meios de comunicação pequenos (em sua grande maioria), cujo objetivo é expressar uma visão alternativa à perspectiva hegemônica. Essa mídia radical alternativa seria parte da cultura popular, assim como essas expressões da cultura ao lado da cultura de massa fariam parte do contexto social de forma mais abrangente. De acordo com Downing (2002) é pertinente levar em conta as noções de poder, hegemonia e resistência para compreender como essa conjuntura se organiza e que papel essas formas de expressão cultural (e comunicacional) possuem nesse cenário.

Algumas características mencionadas nos estudos de Peruzzo, Kucinski e Downing se assemelham e poderiam ser utilizadas

como forma de identificar o jornalismo alternativo. Destacam-se a busca por elaborar um espaço fora do circuito central da imprensa, a contraposição às narrativas hegemônicas, a defesa dos interesses populares e as relações com demandas sociais que, em vários aspectos, se contrapõem aos interesses do capital. Nesse sentido, o jornalismo alternativo se mostra um espaço de produção simbólica revelador das disputas sociais e impulsionador das vozes e perspectivas não dominantes na lógica capitalista.

O Podcast do Nexo

O podcast é um produto midiático contemporâneo que tem suas raízes no rádio. Assim, faz-se necessário retomar alguns aspectos do histórico desse meio de comunicação para compreender melhor a produção escolhida como objeto de análise na pesquisa em desenvolvimento.

Para pensarmos o rádio é preciso colocar sua ideia de funcionalidade e utilidade em um cenário amplo, recortado e tensionado não só pelo surgimento de novas tecnologias de transmissão, mas também pelos novos hábitos de escuta de uma audiência redesenhada (LOPEZ, 2016) inserida em um contexto de culturas da convergência e da conexão (JENKINS, 2009; 2015).

São dois momentos de reconfiguração pelos quais o rádio passou em sua história: o surgimento da televisão e a internet. Em ambos, muitos profissionais e pesquisadoras da área decretaram o fim da mídia radiofônica. Atualmente, com parâmetros atualizados, essa ideia está superada e o rádio passou a ser visto como uma mídia adaptável, capaz de redefinir sua linguagem e reorganizar sua relação com o público (PRATA, 2008).

Na leitura da atualidade, também entende-se que a distribuição do conteúdo está transformada e consolidada pelo uso da internet. A circulação não se restringe aos suportes radiofônicos tradicionais, mas sim em expansão via plataformas e aplicativos digitais que abarcam novas modalidades de transmissão, trazendo diferentes elementos e formas de interação com as mídias sonoras. Assim, o rádio participa de "um processo de convergência com outros meios de comunicação e com plataformas digitais" (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 53).

A internet que seria o algoz aparece como um elemento de transformação da dimensão de temporalidade. "É um fator que influencia todo o produto radiofônico na net, desde os

formatos e os gêneros, à apresentação e disponibilização de conteúdo, ao seu consumo, sobretudo, a forma como é consumido" (REIS, 2011, p. 13).

Neste ambiente, está o aparecimento de novos formatos de áudio, por exemplo, o podcast, assunto de interesse desta pesquisa, que propõe novas relações de consumo e temporalidade com a audiência. Para Kischinhevsky (2016, p. 68), o podcast é uma "modalidade de radiofonia sob demanda, assincrônica, que vai além da oferta de conteúdos em websites de emissoras".

Um exemplo é a produção de podcast do Jornal Nexo trazida para discussão com o objetivo de aumentar o entendimento sobre em que grau e como as mudanças do universo midiático. O projeto foi idealizado por "Paula Miraglia, cientista social e doutora em antropologia social, Renata Rize, engenheira e doutora em economia, e Conrado Corsalette, jornalista que já foi editor de política do Estadão e de cotidiano da Folha de S. Paulo", se define como "um jornal digital para quem busca explicações precisas e interpretações equilibradas sobre os principais fatos do Brasil e do mundo" (NEXO, online). O jornal não tem publicidade paga e é subsidiado por assinaturas.

Referências

DOWNING, John. Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac, 2002.

Carvalho, et al., 2015 - artigo

JENKINS, H. Cultura da convergência. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H; GREEN, J.; FORD, S. Cultura da Conexão. São Paulo: Aleph, 2015.

KISCHINHEVSKY, M. Rádios e Mídias Sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KUCINSKI, Bernardo. Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

KUCINSKY, Bernardo. Jornalistas e revolucionários – nos tempos da imprensa. São Paulo: Scritta, 1991.

LOPEZ, D.C. (Re)Construindo o conceito de audiência no rádio em cenário de

convergência. In: ZUCULOTO, V; LOPEZ, D; KISCHINHEVSKY, M. (eds). Estudos radiofônicos no Brasil — 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Midia Sonora da Intercom. São Paulo: Intercom, 2016.

MEDINA, Cremilda (org.). Povo e personagem. Canoas: Ulbra, 1996.

MEDINA, Cremilda. Notícia: um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial. 2. ed. São Paulo: Summus, 1988.

_____. Profissão jornalista: responsabilidade social. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1982.

OLIVEIRA, Dennis de. Jornalismo e emancipação – uma prática jornalística baseada em Paulo Freire. Curitiba: Appris, 2017.

PERUZZO, Cicilia Krohling. Comunicação e culturas populares. São Paulo: Intercom, 1995.

PRATA, N. Webradio: Novos gêneros, novas formas de interação. Belo Horizonte: UFMG. 2008.

ROVIDA, Mara. Jornalismo em trânsito – o diálogo social solidário no espaço urbano. São Carlos: Edufscar, 2015.

A superação do conflito em pauta: o jornalismo alternativo como estimulador do engajamento social

La superación del conflicto en la agenda: el periodismo alternativo como estimulador del compromiso social

The overcoming of the conflict on the agenda: alternative journalism as a stimulator of social engagement

Maximiliano Martin Vicente[72]

Kethleen Guerreiro[73]

Diuan dos Santos Feltrin[74]

Resumo: O presente trabalho realiza análises de conteúdo referentes ao Jornal Dois (J2), da cidade de Bauru-SP, à luz dos preceitos do Jornalismo para a Paz, com relação às manifestações em prol da educação, ocorridas nos dias 15 de maio e 14 de junho de 2019. O objetivo é compreender qual a concepção de jornalismo defendida pelo J2 no que tange às características e especificidades do Jornalismo para a Paz. Partimos do pressuposto de que o Jornalismo para a Paz e o Jornalismo Alternativo, por seguirem na contramão da ótica dominante, contribuem para construções noticiosas que estimulam reflexões críticas e engajamento do público para a garantia de direitos e superação de problemas sociais. Como resultados obtidos, vimos que tais abordagens jornalísticas fazem com que o J2 promova o exercício da competência midiática, na medida em que se torna um canal de crítica e reflexão.

Palavras-chave: Jornalismo alternativo; Jornalismo para a paz; Competência midiática.

Resumen: Este artículo lleva a cabo un análisis de contenido relacionado con Jornal Dois (J2), en la ciudad de Bauru-SP, a la luz de los preceptos de Periodismo para la Paz, con respecto a las manifestaciones a favor de la educación, que tuvieron lugar el 15 de mayo y el 14 de junio. 2019.

[72] Orientador do trabalho. Professor Doutor do PPGCOM – FAAC/Unesp – Bauru/SP. Brasil. e-mail: mm.vicente@unesp.br
[73] Mestranda em Comunicação Midiática do PPGCOM – FAAC/Unesp – Bauru/SP. Brasil. e-mail: kethleen.guerreiro@unesp.br
[74] Mestrando em Comunicação Midiática do PPGCOM – FAAC/Unesp – Bauru/SP. Brasil. e-mail: diuan.feltrin01@gmail.com

El objetivo es entender cuál es el concepto de periodismo defendido por J2 con respecto a las características y especificidades de Periodismo para la Paz. Partimos de la suposición de que Periodismo para la Paz y Periodismo Alternativo, ya que van en contra de la visión dominante, contribuyen a la construcción de noticias que estimulan reflexiones críticas y participación pública para garantizar los derechos y superar los problemas sociales. A medida que se obtuvieron los resultados, vimos que tales enfoques periodísticos hacen que J2 promueva el ejercicio de la competencia mediática, en la medida en que se convierta en un canal de crítica y reflexión.

Palabras Clave: Periodismo alternativo, Periodismo para la paz, Competencia mediática.

Introdução

A busca por uma comunicação que enalteça a capacidade crítica dos cidadãos e cidadãs se configura como um dos grandes desafios da prática jornalística atual. Cada vez mais condicionado a um modelo que exige agilidade e instantaneidade, o processo de construção noticiosa tem o *dead line* como um grande limitador, à semelhança de uma indústria de produção em série. Apesar desta realidade que transforma a notícia em um "produto à venda" (Medina, 1998), é fato que o fazer jornalístico gera influências no debate público, de modo que a agenda da sociedade é pautada pelas informações apresentadas pelos meios de comunicação (Wolf, 1999).

São diversas as fontes pelas quais o público pode consumir informação, o que aumenta a complexidade da relação entre os veículos (emissores) e os receptores. Ademais, não podemos pensar o público como sujeitos passivos perante as informações que recebem, uma vez que são pessoas que transitam por diversas esferas sociais, detentoras de inúmeros repertórios culturais. O público não apenas consome informações, mas as interpretam de acordo com suas bagagens sócio cognitivas.

Em meio a tantas opções de fontes de informação, existe a possibilidade de desenvolver uma prática jornalística que estimule reflexões críticas? Cabe ao jornalismo fomentar debates e promover o engajamento do público para a solução de problemas que afetam a sociedade? Partimos da ideia de que o jornalismo é ferramenta educacional, pois, na medida em que traz representações acerca da realidade, é parâmetro para que o público embase suas próprias convicções (Marcondes Filho, 1989; Sodré, 2009). Neste sentido, é possível pensar o próprio jornalismo como

estimulador de competência midiática entendida como um processo de problematizações de diferentes pontos de vista eferentes aos conteúdos veiculados.

Amparados pelos preceitos do Jornalismo Alternativo (Downing, 2002) e do Jornalismo para a Paz (Cabral; Salhani, 2017), analisaremos duas edições do Jornal Dois (J2)[75]. O recorte se ampara na cobertura realizada pelo veículo durante as manifestações estudantis ocorridas em 2019, nos dias 15 de maio e 14 de junho, fundamentadas na luta contra os cortes de verbas destinadas à pesquisa científica no Ensino Superior, anunciados pelo Governo Federal. Por meio da metodologia de análise de conteúdo e a partir de critérios analíticos relacionados às especificidades do Jornalismo para a Paz, buscaremos responder à questão: qual a concepção de jornalismo defendida pelo J2 no que tange às características e especificidades do jornalismo voltado para a paz?

Competência midiática

Ferrés e Piscitelli (2015, p. 3) apontam que competência é "uma combinação de conhecimentos, habilidades e atitudes consideradas necessárias para um contexto determinado". Compreende-se, assim, que o conceito competência se expande às diversas ações humanas e, de forma intrínseca, corresponde à capacidade dos indivíduos de formular concepções e pontos de vista sobre diversos contextos. Miranda (2004, p. 116) reforça o aspecto genuinamente humano da competência, equiparando-a ao conceito de conhecimento: "O conhecimento existe somente no ser humano e somente pode ser mobilizado pelas pessoas".

Para Ferrés e Piscitelli (2015), a competência midiática estimula a autonomia dos indivíduos que recebem as informações e, por isso, pode estimular engajamento e compromisso social. A depender dos direcionamentos assumidos, a própria atividade jornalística colabora para que o público enxergue o jornalismo com olhos críticos e, com isso, demande serviços de alta qualidade (Wilson et al., 2013).

No entanto, diante da lógica mercadológica que rege a produção de notícias nas mídias hegemônicas, como elaborar coberturas que promovam reflexões

[75] Veículo de comunicação que surgiu em 26 de novembro de 2017, na cidade de Bauru/SP, fruto do trabalho de conclusão de curso de um grupo de ex-alunos da Unesp. Faz contraponto às formas de como as desigualdades e opressões são vinculadas pela mídia tradicional, porta voz do poder vigente. Posiciona-se contra as políticas de exclusão do capitalismo.

mais críticas? O Jornalismo Alternativo, como veremos posteriormente, concede brechas para que novas abordagens jornalísticas sejam assumidas. Os preceitos de Jornalismo para a Paz podem encontrar na mídia contra hegemônica um precioso espaço de atuação para estimular ações transformadoras em contextos de conflitos sociais.

Jornalismo para a paz e jornalismo alternativo: o estímulo à competência midiática

Tanto o Jornalismo para a Paz quanto o Jornalismo Alternativo se contrapõem ao sistema hegemônico de produção noticiosa. Estas perspectivas possuem parâmetros de produção que visam promover reflexões frente a situações opressoras e, por isso, são alinhadas aos interesses da sociedade, pois expõem diversos pontos de vistas políticos e sociais e servem como ponte estratégica para que debates sejam ampliados. Deste modo, contam com potencialidades para estimular uma prática educativa que emana do próprio exercício jornalístico, na medida em que apresentam contextualizações, além de mostrarem todas as vertentes relacionadas aos fatos divulgados.

O Jornalismo para a Paz emerge no contexto dos Estudos para a Paz, que visava, principalmente, a ressignificação dos conceitos de paz e violência, tendo como centralidade uma epistemologia da paz (Galtung, 1969). Os estudos para a paz são multidisciplinares e, por isso, abraçam a comunicação (Cabral; Salhani, 2017), sobretudo em sua manifestação no jornalismo, que é o canal pelo qual as manifestações de violência e de paz são divulgadas e representadas ao público. Esta abordagem jornalística segue na contramão do chamado Jornalismo de Guerra/Violência e busca uma ressignificação de realidades opressoras que insistem em dizimar sociedades. Lynch e McGoldrick (2000, p. 29) apresentam um esquema - com base em Galtung – ressaltando as diferenças nas concepções que diferem esta prática da desempenhada pelo Jornalismo de Violência[76].

[76] O Jornalismo para a Paz inicialmente foi concebido para propor novas abordagens às coberturas de guerra. Porém, pesquisas recentes vêm utilizando seus preceitos para analisar conflitos que permeiam os contextos contemporâneos, marcados por diversos tipos de violência (direta, estrutural e cultural).

Jornalismo para a Paz	Jornalismo de Guerra/Violência
Orientado para a paz: explora a formação dos conflitos. Transparência: concede voz a todas as partes; empatia, compreensão. Enxerga o conflito/guerra como problema; foco na prevenção do conflito; foco nos efeitos invisíveis da violência (trauma e glória, dano à estrutura/cultura). Orientado para a verdade: expõe verdades e inverdades de todos os lados. Orientado para as pessoas: concede voz aos "sem voz". Orientado para a solução dos conflitos: Destaque iniciativas de paz. Concentra-se na estrutura, cultura, a sociedade pacífica. Consequências: resolução, reconstrução, reconciliação.	Orientado para a guerra/violência: concentra-se na arena do conflito (nós x eles). Foca apenas no efeito visível da violência (número de mortos, feridos e danos materiais). Orientado para a propaganda: expõe inverdades, com foco em "encobrimentos" e mentiras. Orientado para as elites: expõe somente um lado da história. Foco nas elites. Orientado para a vitória: há sempre um perdedor e um vencedor. Abre brechas para outras guerras.

Quadro 1. Diferenças:. Fonte: Jake Lynch e Annabel McGoldrick (2000) com tradução e adaptação dos autores

Como base no exposto, entendemos que a mídia alternativa pode ser estudada sob os vieses do Jornalismo para a Paz. Portanto, é importante ressaltarmos alguns fundamentos da comunicação alternativa. O jornalismo alternativo brasileiro – também conhecido como imprensa alternativa ou imprensa nanica - teve seu boom nos tempos de chumbo do regime militar. Entre 1964 e 1980 nasceram e morreram mais de 150 periódicos que tinham como traço comum a oposição intransigente ao regime (Kucinski, 2001). Tais veículos alternativos são caracterizados por Downing (2002) como mídia radical alternativa, pois abordam as diversas manifestações da comunicação de linha contra hegemônica.

Com o término da ditatura militar, tanto a história do Brasil quanto a imprensa sofreram mudanças significativas, o que

refletiu diretamente no mercado editorial do referido segmento. Fiorucci (2011) apresenta uma atual caracterização da nova geração dos alternativos.

Imprensa alternativa (1964-1980)	Nova imprensa alternativa (1988-atual)
- Menor dependência do mercado. - Atuava sem ter como objetivo o lucro e nem o desenvolvimento empresarial. - Trabalhava sem contar com publicidade privada nem estatal – com raras exceções como o *Pasquim* e *Bondinho*, por determinado período. - Tinha um inimigo comum: a ditadura. - Criticava o governo, o capitalismo imperialista, a intervenção dos EUA na América Latina, e a grande imprensa (censurada). - Os jornalistas arriscavam a própria vida por uma causa. - Os periódicos eram censurados e perseguidos. As bancas que os vendiam sofreram atentados a bombas.	- Maior dependência do mercado. - Atua visando o lucro (mesmo que este não seja seu foco principal) e precisa do desenvolvimento empresarial para se manter. - Depende principalmente da publicidade estatal, já que empresas anunciam pouco, haja vista o conteúdo dos periódicos. - Não tem um inimigo específico. - Critica a direita no geral, o neoliberalismo, a globalização, as injustiças sociais e a grande imprensa (livre). - Os jornalistas trabalham livremente. - Os periódicos não sofrem pressão, nem censura. Atuam num cenário democrático e com liberdade de expressão.

- Muitos jornais eram de partidos.	- Não-partidarizada.

Quadro 2. Características:. Fonte: Rodolfo Fiorucci (2011) - A nova geração do jornalismo crítico: Mídia alternativa

No decorrer dos anos, a prática jornalística desenvolvida pela comunicação alternativa enfrentou diversas mudanças e adaptações. Entretanto, sua essência permaneceu, os meios alternativos dos dias atuais, por exemplo, continuam incentivando a veiculação de textos críticos e analíticos, socialmente comprometidos; dando vez e voz aos marginalizados, aos movimentos populares e aos problemas sociais. Permanecem fazendo contraponto ao sistema vigente e ao capitalismo, acompanhados de duras críticas a globalização econômica e ao neoliberalismo - sistemas que ainda não vigoravam nos anos de 1960 e 1970.

Pelo fato de estimular o engajamento e o posicionamento crítico do público, a articulação jornalística desempenhada pela mídia alternativa pode contribuir para a desconstrução de estruturas opressoras. Isto vai ao encontro de um dos principais fundamentos do Jornalismo para a Paz, que é a superação da violência, seja ela direta, estrutural ou cultural (Galtung, 1969).

Conceituações sobre o método

Bardin (1994) define a análise de conteúdo como um conjunto de técnicas de análises que utiliza procedimentos sistemáticos para descrever objetivamente o conteúdo de mensagens veiculadas na mídia. O conteúdo coletado para análise, resultado dessa sistematização, permite a realização de inferências de conhecimentos relativos as formas de como tais mensagens foram produzidas ou recebidas (Bardin, 1994).

O método é dividido em etapas. A primeira é a pré-análise, em que se desenvolve a sistematização das ideias iniciais, feitas com base no referencial teórico escolhido, para estabelecer os indicadores para a interpretação do conteúdo coletado. É nessa fase que realizamos a leitura geral do material que será investigado para organizar e sistematizar as sucessivas operações, que são: 1) leitura flutuante; 2) escolha dos documentos; 3) formulação de hipóteses e objetivos e; 4) Elaboração dos indicadores, para que seja possível interpretar o material analisado. Para escolher os dados investigados, seguimos as seguintes orientações: exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência.

Na etapa da exploração do material construímos as operações de codificação a partir dos recortes dos textos feitos em unidades de registros. Para Bardin (1994), a definição de codificação é a transformação, através de recorte, agregação e enumeração, a partir das regras sobre as informações textuais, representativas das características do conteúdo. As informações são agregadas seguindo contagem e classificação de categorias que podem ser simbólicas ou temáticas. As categorias iniciais são agrupadas por temas, originando, posteriormente as categorias secundárias, que aglutinadas em função da ocorrência temática, geram as categorias finais. Após o agrupamento das categorias iniciais, intermediárias e finais, é possível realizar inferência. Fossá e Silva (2013) dizem que nesse processo inferencial procura-se entender o sentido de fala dos entrevistados e busca-se significação ou outra mensagem através ou junto da mensagem primeira.

A terceira fase do método corresponde ao tratamento dos resultados, é nessa etapa que realiza-se a inferência ou interpretação do material investigado. Os conteúdos manifestos são captados para realizar análise comparativa a partir da justaposição das categorias existentes em cada análise, ressaltando os aspectos considerados semelhantes ou diferentes.

Análise

O J2 faz uso de duas plataformas para a transmissão de conteúdos: o site[77] e a página no Facebook[78]. Observamos que o site é focado em explanações mais densas e detalhadas acerca dos conteúdos, com teor predominantemente analítico. Por isso, o intervalo entre as publicações possui um tempo maior. No Facebook, prezam pela instantaneidade, com coberturas em tempo real, prevalecendo divulgação de conteúdos audiovisuais, além de depoimentos dos atores sociais que integram as manifestações.

Em referência à manifestação de 15 de maio (#15M), a primeira divulgação do J2 se deu por meio de uma publicação no Facebook na véspera do ato. Com o título “Semana cheia de atividades culturais e políticas na cidade sem limites”, o objetivo é disponibilizar ao público as informações práticas relacionadas à participação no ato. O teor é informativo, mas fica evidente o posicionamento do veículo quando o mesmo

[77] www.jornaldois.com.br
[78] www.facebook.com/jornaldoisbauru

esclarece quais são as razões das manifestações: “estudantes, professores e trabalhadores vão às ruas para protestar contra as medidas de corte no orçamento, censura e perseguição as instituições de ensino público”. A publicação não traz problematizações e tampouco contextualiza o #15M; neste primeiro momento, não se aproxima da ótica do Jornalismo para a Paz, que se fundamenta em explorar a formação dos conflitos como forma de buscar mecanismos para sua superação.

Em contrapartida, evidencia que existem traços de violência estrutural na questão: cortes de verbas na educação, censura e perseguição. No nosso entendimento, o fato de revelar o problema, ainda que sem ampliá-lo conceitualmente e estimular adesão aos atos é uma forma de agir como fomentador do engajamento social.

Posteriormente, na data das manifestações, prevalecem coberturas em tempo real, com a utilização de recursos audiovisuais. Com um texto descritivo, utilizado para acompanhar as fotos das manifestações, um ponto chama a atenção: “Famílias moradoras dos assentamentos do MSLT e do MST na cidade e região participam da mobilização que também se colocou em defesa dos assentamentos Nova Canaã (MSLT) e Luiz Beltrame (MST - Gália/SP) que correm risco de despejo”. O veículo apresenta um outro viés da manifestação, que inicialmente se concentraria na defesa dos direitos estudantis. Neste caso, aponta outra realidade de violência estrutural na cidade de Bauru, praticada contra moradores de assentamentos. Mas a representatividade não é completa, haja vista que o fato não foi ampliado e tampouco foi concedida voz aos atores envolvidos.

No dia seguinte ao #15M, no entanto, o J2 postou um vídeo no Facebook com depoimentos de participantes das manifestações. O veículo utiliza o recurso audiovisual para conceder voz aos atores sociais envolvidos no conflito, inclusive, e principalmente, às chamadas “minorias”, representadas no vídeo pelas falas de estudantes e professores. Acreditamos que depoimentos utilizados como recurso jornalístico promovem empatia e fortalecem a noção de alteridade. Gera identificação no público, que pode ressignificar a noção de que o conflito é algo distante de seu contexto e, assim, se sentir estimulado a buscar esforços capazes de conter os efeitos de uma estrutura causadora de injustiças.

Já a cobertura das manifestações de 14 de junho foi feita desde a véspera do evento,

com a veiculação de análise, publicada no site, dando a contextualização da construção da greve geral e abordando a importância dos debates políticos. Com o título “Espaços de discussão e política na cidade sem limites”, a narrativa apresenta teor explicativo, onde é possível perceber a preocupação do veículo em disponibilizar aos leitores mecanismos para que estes tenham várias possibilidades de interpretações. Carregado de problematizações e cedendo espaço aos atores sociais, que fazem uso do referido canal para que suas vozes sejam ecoadas, o texto apresenta de forma clara as características do Jornalismo para a Paz, que encontra no Jornalismo Alternativo espaço de aplicação, uma vez que tal viés jornalístico se fundamenta em noticiar fatos que muitas vezes não são veiculados pela grande imprensa ou são publicados de acordo com seus interesses (citado na fala da entrevistada); incentiva a veiculação de textos críticos e analíticos, socialmente comprometidos; dão vez e voz aos marginalizados, aos movimentos populares e aos problemas sociais.

No dia 14 de junho a cobertura fora realizada em tempo real, com a utilização de recursos audiovisuais, por meio da página do J2 no Facebook. No mesmo dia, o veículo também publicou em sua página um texto objetivo, com informações básicas como a finalidade do ato, local, horário, duração e o quantitativo de escolas que aderiram à greve. Acreditamos que, como no dia anterior ao evento o J2 publicou uma análise contextualizada do ato, no dia 14 prezaram por mostrar a dinâmica da manifestação ao vivo, sem ampliar as informações na narrativa do texto escrito. No entanto, ainda assim, pode-se perceber que é mecanismo para que o receptor da referida mensagem seja engajado socialmente é ativado.

Após o ato, dia 15 de junho, o veículo optou por postar um vídeo no Facebook com os depoimentos dos participantes das manifestações. Observamos que o J2 costuma utilizar recursos audiovisuais para dar voz aos atores sociais envolvidos no conflito, dando espaço de fala com o intuito de promover empatia.

Considerações finais

A partir das análises de conteúdo do J2 referentes às publicações de um contexto de conflito social, observamos a prevalência de uma abordagem majoritariamente voltada à superação do conflito. Esta constatação responde nosso problema inicial, que buscava compreender qual seria a

concepção de jornalismo defendida pelo veículo.

Ao se amparar em parâmetros do Jornalismo para a Paz, o J2 desempenha a competência midiática, estimulando a ação-reflexão do público leitor. Não se limita apenas em noticiar, mas deixa claro o posicionamento frente à realidade conflituosa apresentada. Também foi possível perceber que o J2 estimula a participação na causa social em questão (movimentos em defesa da educação) e, com isso, tem a intenção de promover a superação do conflito, nesse caso, o desmonte da educação resultante de ações do Governo Federal.

Vimos no Jornalismo Alternativo um precioso espaço para o exercício de uma prática jornalística capaz de fomentar o engajamento social. Amparada na concepção de Jornalismo para a Paz, esta perspectiva encontra na mídia alternativa vastas possibilidades de expressão, pois prioriza análises mais aprofundadas e garante multiplicidade de vozes. Neste sentido, o Jornalismo Alternativo aplicado no veículo analisado se aproxima da ótica do Jornalismo para a Paz na medida em que serve de parâmetro para que o próprio público se una para superar estruturas de violência e opressão.

Aliado a outras ferramentas de emancipação, tais como a educação e o acesso à cultura, o Jornalismo contribui efetivamente para o fomento da autonomia da sociedade. Portanto, concluímos que o estudo apresentado é breve frente à vastidão de possibilidades que emergem do tema proposto. Esperamos, de forma modesta, abrir brechas para que outras pesquisas sejam realizadas, na busca por ampliar temáticas sobre o Jornalismo Alternativo, o Jornalismo para a Paz e suas relações com o estímulo à competência midiática e exercício da cidadania.

Referências

Bardin, L. (1994) Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70.

Cabral, R.; Salhani, J. (2017) Jornalismo para a paz: conceitos e reflexões. In: E-Compós. Brasília-DF, v. 20, n. 3, p. 1-15.

Downing, J. D. H. (2002) Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac.

Ferrés, J; Piscitelli, A (2015). Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. In: Revista Lumina UFJF. Juiz de Fora-MG, v. 9, n. 1, p. 1-16.

Fiorucci, R. (2011) A nova geração do jornalismo crítico: mídia alternativa. In: Diálogos – Revista do Departamento de História e do Programa de Pós-Graduação em História. Maringá-PR, v. 15, n. 2.

Fossá, M. I. T.; Silva, A. H. (2013). Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. In: IV Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade. Brasília-DF.

Galtung, J. (1969) Violence, peace and peace research. In: Journal of Peace Research, v. 6, n. 3, p. 167-191.

Kucinki, B. (2001) Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa. In: Ed. Edusp. 2. ed.

Marcondes Filho, C. (1989) O capital da noticia: jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo: Ática.

McGoldrick, A.; Lynch, J. (2000) Peace Journalism – What is it? How to do it? Disponível em <https://www.transcend.org/tri/downloads/McGoldrick_Lynch_Peace-Journalism.pdf>. Acesso em 10 de jun. 2019.

Medina, C. A. (1998) Notícia, um produto à venda: jornalismo n sociedade urbana e industrial. São Paulo: Summus.

Miranda, S. V. (2004) Identificando competências informacionais. In: Ci. Inf. Brasília-DF, v. 33, n. 2, p. 112-122.

Sodré, M. (2009) A narração do fato: notas para uma teoría do acontecimento. Petrópolis-RJ: Vozes.

Wilson, C. et al. (2013). Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de profesores. Brasília-DF: UNESCO.

Wolf, M. (1999) Teorias da comunicação. Lisboa: Presença.

Reticularidad de la Radio Comunitaria: vínculos y sentidos en una perspectiva comparada[79]

Reticularity of Community Radio: links and senses in a comparative perspective

Sandra Liliana Osses Rivera [80]

Resumen: Se presentan los resultados preliminares de un estudio comparativo sobre los sentidos del trabajo en red de radios comunitarias en las ciudades de Bogotá, Colombia y Madrid, España.

Palabras Clave: Radios comunitarias, Redes, dinámica reticular.

Abstract: This work presents a comparative study about the networks of community radios in Bogotá (Colombia) and Madrid (Spain).

Key words: Community radios, Networks, reticular dynamics.

Para comenzar

En este trabajo se presentan los resultados preliminares de un estudio que tiene como objetivo central caracterizar y comprender las dinámicas reticulares y los sentidos de la actuación en red de la radio comunitaria, partiendo de un estudio comparativo entre este tipo de estructuras gestionadas desde las llamadas radios del tercer sector en España y radios comunitaria en Colombia, con el fin de contribuir a la consolidación de procesos integrales de sostenibilidad en el mediano y largo plazo.

La pregunta que orienta la investigación es: ¿Cómo se han constituido las dinámicas reticulares hacia el interior y exterior de los proyectos comunicativos de radios

[79] Se presentan resultados preliminares de la investigación emprendida en el marco de la Estancia Posdoctoral realizada con el Dr. Alejandro Barranquero del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid y financiada con una beca otorgada por la Fundación Carolina en convenio con la Universidad Central.

[80] Sandra Liliana Osses Rivera. Profesora Asociada Universidad Central, Doctora en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Ciencias de la Comunicación. Colombia. sossesr@ucentral.edu.co.

comunitarias y de qué manera esto configura los sentidos de su actuar en red que devienen en procesos de sostenibilidad?

Como punto de partida, afirmamos que en las trayectorias de las radios comunitarias se puede observar un rasgo, que parecieran compartir este tipo de medios a nivel internacional, y es su condición reticular. En las historias locales de los pioneros de los medios comunitarios el relato evidencia las múltiples interacciones que hicieron posible llegar a la comunidad con un contenido o instalar una antena, así como las sinergias que se requirieron para concretar avances normativos en este campo. Rosa María Alfaro (2003) subraya la necesidad de articulación y la reflexividad como eje de la comunicación:

> "Es indispensable apostar al intercambio y la solidaridad como prácticas de vida y de comunicación. Darle lugar a la conversación permanente. No se trata de diseminar y multiplicar mensajes, sino de gestar redes de articulación entre actores e instituciones de diferentes ámbitos, cuando sea posible y pertinente. (...) Lo que ocurre en el mundo importa hasta en la más pequeña comunidad, si es que sabemos hacer los puentes necesarios, montando una información pedagógica altamente comunicativa y convocante, capaz de enlazar voluntades y experiencias de cambio" (837)

Así, es fundamental profundizar en el estudio de las formas reticulares en que se viven saberes, prácticas y relaciones de estos medios desde su conformación y en su cotidianidad, en tanto constituyen una estructura que potencia su desarrollo y aporta a su sostenibilidad (reconocido telón de Aquiles de las radios comunitarias). En esta ponencia abarcamos solo una parte de la aproximación al problema, en tanto se brinda una identificación y descripción inicial de los sentidos producidos, por gestores y conocedores de las radios comunitarias en Bogotá y Madrid, en torno a la constitución de redes de medios, que posteriormente serán nutridas con el análisis de las estructuras reticulares que adquieren las prácticas, saberes y relaciones de estos mismos en su producción cotidiana. Evidentemente, muchas de las configuraciones reticulares que se evidencian hacia el interior de los proyectos comunicativos se encuentra en estrecha relación con el tendido de las redes regionales y nacionales, pero esa relación será objeto de otro momento posterior de la investigación.

De qué hablamos cuando hablamos de red

Tratándose de una noción histórica y polisémica, es fundamental delimitar las coordenadas sobre las que se construye la reflexión. En primera instancia, nos interesa situar esta noción desde una mirada holística que no se limite a dimensiones meramente morfológicas o técnicas, es decir, reconocerla en su potencial comprensivo de las dinámicas sociales y desde su naturaleza histórica:

> "Las nociones de "sistema" y "estructura" empezaron a cuestionarse. De ser aceptadas acríticamente pasaron a considerarse problemáticas y a ser debatidas, y en muchos casos fueron reemplazadas por otros modos de pensar la organización y el lazo social en particular. Al mismo tiempo, las ideologías, las teorías y los paradigmas comenzaron a verse como formas solidificadas, uniformadoras y simples en exceso para dar sentido a un mundo que se percibe cada día más fluido, complejo. Hacia finales del siglo XX el concepto de "red" se convierte en una de las metáforas más fértiles de la cultura, extendiendo y diversificando su potencia en múltiples campos (...)" (Najmanovich, 2011: 133)

Sobre este sentido, que no se reduce a condiciones instrumentales o exclusivamente ligadas a concepciones sociotécnicas, las redes son utilizadas desde enfoques diversos para explicar esas condiciones emergentes que coinciden con la insuficiencia de meta-relatos y miradas ancladas a las lecturas predominantes de la modernidad que se presenta en crisis. Propuestas como la Teoría Actor Red (Latour) o la Sociedad de la Información (Castells), encuentran en la red una posibilidad de comprender las dinámicas cada vez menos homogéneas, control/adas/ables y predecibles de ese mundo que busca alternativas a la modernidad, aunque difícilmente se desliga de sus marcas.

Se trata de enfoques que buscan dar cuenta de la complejidad de un mundo cambiante, enfoques a los que la red, la metáfora de la red, les significa un alto valor explicativo:

> "Al mirar con más atención, la complejidad es, efectivamente, el tejido de eventos, acciones, interacciones, retroacciones, determinaciones, azares, que constituyen nuestro mundo fenoménico. Así es que la complejidad se presenta con los rasgos inquietantes de lo enredado, de lo inextricable, del desorden, la ambigüedad, la incertidumbre." (Morin, 1990: 32).

Su uso entonces, se inmiscuye de múltiples formas en campos tan diversos

como la intervención, las ciencias computacionales, la sicología, la biología y la sociología como imagen potente, incluso como forma de lo social, como asume Castells:

> "Un rasgo fundamental de la estructura social de la era de la información es su confianza en las redes como característica principal de la morfología social. Aunque las redes constituyen formas antiguas de organización social, su poder se ve reforzado ahora gracias a la nueva tecnología de la información y de las comunicaciones, de forma que se vuelven capaces de enfrentarse al mismo tiempo a la descentralización flexible y al proceso de toma de decisiones enfocado. La sociedad de redes es una forma específica de estructura social provisionalmente identificada por la investigación empírica como característica de la era de la información" (Castells, 2001:41)

Como se puede vislumbrar, en el corazón de las propuestas se encuentra la comunicación, particularmente la comunicación mediada en diálogo con la tecnología que reconfiguran tanto las estructuras como las vidas. Si bien en estas coordenadas se propone esta ponencia, es importante enfatizar la idea de una aproximación a las redes como posibilidad de organización y auto-organización que involucra tantos las conexiones más íntimas como las dimensiones macrosociales. Por ello, nos inscribimos en una perspectiva dinámica en tanto propone que la producción de los sentidos que en el movimiento mismo de los actores, sus prácticas, saberes y relaciones constituyen estructuras reticulares que, a su vez, construyen redes que involucran otras dimensiones, tal como lo afirma Najmanovich: "La dinámica vincular es la fuente de donde emanan tanto los elementos como las relaciones; es a través de ella que emergen los sistemas complejos, que son siempre unidades heterogéneas en intercambio permanente con un contexto activo" (2011: 33) En esta perspectiva compleja, las redes trascienden su carácter instrumental para convertirse en constitutivas de las experiencias mismas: "Tienen poco que ver con la conformación de redes sociales convencionales, donde priman relaciones formales, mecánicas y estándar, y la circulación y apropiación de saberes y valores sociales convencionales, predefinidos y con un supuesto valor universal. El carácter dinámico de las redes se muestra también en que dan unidad y permiten la consolidación de formas de pensamiento en común sin que, en general, se anule la contingencia y la singularidad del

modo en que éste se efectúa y se pone en juego en el actuar cotidiano" (Cubides y Forero, 2018:82).

Es aún necesario seguir profundizando en esta concepción, pero basten estos puntos de partida para orientar este trabajo descriptivo inicial.

Acerca de la metodología

Metodológicamente, la perspectiva comparada permite, a partir de un referente analítico describir y posteriormente caracterizar la dinámica de redes de radios comunitarias en Bogotá y Madrid. Se trabaja sobre una variabilidad media que se basa en un contexto espacio temporal con importantes puntos de encuentro entre estados dos realidades. En primer lugar la condición de ser ciudades capitales de sus respectivos países, en segunda instancia un tamaño poblacional similar, así como su configuración como polo urbano de desarrollo en las planeaciones nacionales, pero al mismo tiempo ciudades receptoras de migrantes y con características en la relación centro-periferia que se relaciona con la condición de marginalidad también comparables, así como su condición de ciudad-región, en tanto las corrientes de crecimiento demográfico determinan una presión permanente sobre poblaciones cercanas que terminan siendo conurbadas ampliando su nivel de complejidad, porque pueden incorporar incluso elementos de la ruralidad. Por otra parte, la configuración de radios comunitarias en España y Colombia (aunque pueden tener variaciones particulares a nivel local) responde a ritmos históricos similares, de acuerdo con las periodizaciones referidas(Pérez, 2017; Osses, 2015).

El diseño metodológico de enfoque cualitativo, se construyó a partir de las siguientes estrategias: revisión bibliográfica que pone el foco en la configuración de redes, identificando una baja producción sobre este tema específico; observaciones a sitios virtuales de las redes en los dos casos tanto a nivel nacional como regional y entrevistas semiestructuradas a gestores de radios comunitarias (6), a dinamizadores de redes nacionales (2) y a académicos que han trabajado el tema (1)[81].

[81] Es importante aclarar que este documento presenta resultados preliminares, dado que se desarrolla en el marco de una Estancia Posdoctoral Corta reciente (primer semestre de 2019) realizada por la autora y que debió ser suspendida antes de finalizar el tiempo planeado por causa de la pandemia. De esta manera, algunas de las revisiones documentales situadas en España y la consecución de algunas entrevistas aún deben ser completadas.

Lo que expresan las redes

En la primera fase de análisis de los datos obtenidos se realizó una primera categorización que permitió extraer algunos resultados que consideramos claves para avanzar en la comprensión del fenómeno que nos ocupa y se presentan a continuación:

Las redes se configuran a partir de sus marcas de origen

Al revisar el estado de la cuestión, se identificaron intentos tempranos de coordinación e intercambio que evidencian que las formas reticulares de organización han sido un asunto connatural en la configuración de las radios comunitarias.

En Colombia se pueden encontrar intentos desde las mismas estructuras generadas en torno al trabajo de alfabetización funcional en la emblemática Radio Sutatenza a partir de los años 50 y posteriormente en la primera mitad de los años 90 con iniciativas tanto nacionales como regionales que se pueden reconocer en diagnósticos y publicaciones divulgativas, en las que se identifican propósitos principalmente orientados a la formación e intercambio: "La Red es necesaria para no sentirnos solos, para conocer de paisanos que están en lo mismo que uno en otros lugares, para apoyarnos y respaldarnos" (Red de Radios Comunitarias, 1992: 13)[82]

Por otra parte, en España desde la primera etapa de su existencia (1976 - 1989), de acuerdo con la priorización aportada por Pérez Martínez (2017):

> "Comenzaron los intentos de coordinación (los Encuentros Estatales de la Coordinadora de Radios Libres, como el ya mentado de Villaverde), se sufrieron cierres y sanciones, las emisoras participaron activamente en la campaña anti-OTAN y el referéndum de 1986, se organizaron en instancias internacionales como la Federación Europea de Radios Libres, vivieron con terror la aprobación, en 1987, de la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT) e intentaron organizarse para combatirla y, finalmente, en 1989, todas tuvieron que cerrar temporalmente para poder participar en un concurso de licencias que tan solo concedió dos licencias a radios libres: Radio Klara en Valencia, todavía en activo, y la Federación de Radios Libres de la Comunidad de Madrid (FERALICOMA), que agrupaba a ocho emisoras de la Comunidad de Madrid". (521)

[82] Tomado del artículo "La Red boyacense: por el conocimiento de la palabra olvidada" en la Revista 1,2,3, Probando, editada por el entonces Instituto Colombiano de Cultura y Enda América Latina bajo una iniciativa denominada Red de Radios Comunitarias y dirigida desde la institucionalidad a los comunicadores locales y populares.

Estos hallazgos constituyen una invitación a profundizar en estos antecedentes que consideramos fundamentales para ampliar la comprensión con base histórica del fenómeno. Y vale decir que se trata de un empeño que requiere ser encarado pronto, ya que el material escrito es escaso, lo que implica la indagación a partir de los relatos de los protagonistas, es decir, un emprender un ejercicio de la memoria.

Las redes internacionales son referentes pero no constituyen anclajes en dinámicas propias de las radios

> A finales de la década de los 80 y a principios de los años 90 del siglo XX y en el marco de la llamada "otra comunicación" surgieron diversas apuestas institucionales de diferente índole que buscaban allanar caminos de crecimiento y legitimidad para los medios de múltiple denominación (populares, alternativos, libres, etc.) que se configuraban con fuerza creciente en las prácticas colectivas a nivel local. Bajo la figura de asociaciones, se configuraron a nivel mundial y regional formas de interacción, espacios de encuentro, formación y gestión que funcionaron a través de mecanismos de lo que hoy se denomina red. La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) fueron las que mayor incidencia tuvieron en la configuración de las radios comunitarias a nivel mundial y en América Latina respectivamente. Estos tiempos coinciden con marcados cambios en la propia configuración del mundo y de las ciencias sociales.

Las asociaciones fueron asumiendo el estatus de red y en el movimiento incipiente de los medios alternativos, libres, comunitarios se fue incorporando esta forma y denominación como posibilidad de gestión de las demandas propias de un sector excluido de los escenarios comunicativos predominantes. Aunque los actores reconocen la existencia de estas dos organizaciones supranacionales como referentes de red, también se advierte una separación pulatina de las mismas y un ejercicio de autonomización de las redes propias en función de las condiciones sociohistóricas y políticas en cada región y país. En los dos casos que nos ocupan, se mencionan como referentes, pero se percibe que en la actualidad su incidencia se ha debilitado.

La configuración de redes nacionales y regionales responde a dinámicas que reflejan estructuras socio-políticas situadas

En España emergen algunas redes regionales entre las que se destaca por su gestión, capacidad de incidencia y por perdurar en el tiempo, la Unión de Radios Libres Comunitarias de Madrid – URCM, fundada en 1995 y que cobija a un número importante de emisoras situadas en la Comunidad Autónoma de Madrid

> "Bueno, en Madrid, desde hace muchísimo tiempo, las radios tuvieron claro que tenían que construir un espacio común que las defendiera, en las primeras épocas de la democracia, había incluso acoso policial y acoso administrativo hacia los proyectos de radio comunitaria (...)hubo persecuciones de todo tipo, menos en el ámbito urbano y de las ciudades pero mucho más en el ámbito local, sucedieron cierres importantes de radios, porque simplemente llegaba la guardia civil y no le gustaba y los cerraba, sin más, sin orden de nadie, pero bueno tenía la autoridad. Enseguida, las radios se dieron cuenta que necesitaban un espacio, un paraguas para defenderse y además, también para armar en común un discurso político y esto yo creo que enseguida las radios lo vieron y quizá porque la mayoría de gente que formó la radio ya venía de otras luchas y sabe positivamente que si las luchas no se coordinan con otras luchas pues se quedan en pequeño y no se hacen grandes y no consiguen sus objetivos" (Entrevista Mariano Sánchez, ReMC)

En ese momento, la red constituía una estrategia de defensa y protección y, a decir de sus gestores, sigue siendo su principal propósito porque en la actualidad, pese a que existe una ley estatal que valida su existencia, la implementación y garantía de cumplimiento está en manos de las comunidades autonómicas que no se han comprometido con el proceso, por lo que las radios sufren una gran vulnerabilidad. La Red de Medios Comunitarios – ReMC, se formaliza más de diez años después con el objetivo de incidir de forma determinante en la posible concreción de un marco legal audiovisual democrático. La lucha continúa hoy y el crecimiento de una red nacional les ha permitido profundizar su conexión y cohesión, así como fortalecer su capacidad de incidencia política. En este momento los actores entrevistados reconocen la existencia de estas dos redes, una que es regional dadas las condiciones de Madrid como comunidad autónoma y una de nivel nacional que es la ReMC a la que se asocian más de 50 radios locales de diferentes lugares del país de manera independiente. En otras regiones existen algunos antecedentes históricos, pero al parecer ninguna red que actúe desde la lógica regional.

> "Las competencias se encuentran repartidas, por un lado, el Estado tiene competencia sobre todo lo que es el espacio radioeléctrico y es solo competencia de ellos y los gobiernos autonómicos en la sanción de la ley y en todo lo que tenga que ven con la administración de la ley, por lo cual la negociación siempre es a dos bandas. Hay que negociar con el estado y con la comunidad autónoma en cuestión. Esta estructura tiene que ver con esto por lo que en la ReMC se instaba a que en otros lugares se formen federaciones regionales porque esto permite el contacto con las comunidades autónomas con los gobiernos que tienen la capacidad de sancionar y gestionar la ley y también tienen los fondos económicos, aunque todavía no esté estipulado claramente en la ley general" (Entrevista Mariano Sánchez, ReMC).

A diferencia de lo descrito, en Colombia la dinámica de las redes, aunque ha respondido a movimientos históricos de continua contracción y apertura política, es diferente ya que su dinámica es profusa y móvil. En el desarrollo histórico se evidencia la emergencia y desaparición constante de redes de carácter regional que responden tanto a las aperturas políticas como a las lógicas de asociación local que no corresponden exactamente a la estructura político-administrativa del país. Así, pueden existir varias redes en un solo territorio o bien redes que articulan emisoras en torno a su cercanía geográfica cultural o programática sin responder necesariamente a la estructura departamental. Esto reviste una complejidad que amerita ser profundizada porque revelaría comprensiones que aún no se han desarrollado desde la producción de conocimiento sobre el tema, tal como lo afirma Gabriel Gómez "Sin querer volvernos excepcionales, el peso de lo regional en Colombia se mueve de maneras muy poco analizadas". (Entrevista a Gabriel Gómez, académico experto)

En la actualidad, existe una federación que se presenta como nacional: Fedemedios, que asocia una buena cantidad de radios municipales y algunas redes regionales, pero no incluye todas las iniciativas existentes e incluso puede tener contradicción con emisoras locales y redes regionales que no se consideran representadas en esta figura. Además, es importante destacar la presencia de estructuras que se ajustan a la dinámica de red y son promovidas por instancias gubernamentales, institucionales (como en el caso de la iglesia) e incluso por iniciativas de cooperación internacional, lo cual aumenta la complejidad del análisis.

Las estrategias que entraman las redes

Las estrategias utilizadas por las redes para su acción se ubican principalmente en materia legislativa y toman forma en los contextos políticos propios de cada país, particularmente impulsados por momentos de apertura política que abren caminos para la incidencia. En el horizonte comparativo es notorio el afianzamiento de las redes en prácticas de incidencia que producen propuestas o cambios importantes en el repertorio legal y la habilitación de espacios de participación orientados por programas de movilización política basados en la participación. Estas prácticas (visibilización, cabildeo, denuncia, agenda pública, entre otras) constituyen sin duda alguna el repertorio de aprendizajes y prácticas más fuerte de las redes en los dos casos. En este punto emerge otro importante diferencial y es la dinámica de liderazgo de las estrategias y prácticas políticas de incidencia en las que pareciera que en España se ubica en la capital y las ciudades grandes, mientras que en el caso colombiano el peso regional es determinante. Una muestra de esto es la gran dificultad que han tenido las ciudades capitales para establecer redes en contraste con la vitalidad de las redes regionales. En este sentido otro elemento emergente es la identificación de sujetos políticos que jalonan desde un proyecto de vida personal los procesos de incidencia y significan referentes cruciales en los logros alcanzados en términos de apertura política con independencia del trabajo en red. Así mismo, en la lógica de los liderazgos es latente una constante lucha de poder entre dinámicas de participación y representación que son correlato de constantes reconfiguraciones e subjetividades individuales y colectivas en permanente tensión. Estos aspectos constituyen hasta ahora hipótesis que debe ser ampliadas y sustentadas.

La formación y la generación de contenidos: prácticas que densifican las redes

Si bien no se podría afirmar en estricto sentido que las redes de radios comunitarias se conciben como redes de conocimiento, es innegable el valor que tienen como espacios de intercambio y producción comunicativa. De hecho, al indagar sobre sus prácticas además de las estrategias de incidencia que figuran como el principal móvil, emergen la formación y generación de contenidos como prácticas altamente valoradas.

> "Y yo creo que es uno de los principales valores de los medios comunitarios. El fluir de la información, cuando tu perteneces a

> una red eso te inspira mucho porque conoces otros proyectos hermanos que siempre guardan una peculiaridad, entonces puedes aprender un montón, se genera una gran masa de conocimiento tanto técnico, como a otros niveles que se comparte y eso es inspirador" (Entrevista a Alicia Barba, Radio OMC, Madrid)

Los talleres de formación, las pasantías, encuentros, asambleas, emisiones en red, producciones colaborativas, circulación de contenidos, entre otras son prácticas que favorecen la cohesión y el trabajo colaborativo, pero además constituyen una identidad del sector que, sin constituirse en movimiento social, reconoce sinergias efectivas en su consolidación como protagonistas de los ecosistemas mediáticos en los territorios a diferentes niveles. Por ello, estas dos aristas de la dinámica reticular funcionan como prácticas que densifican la red y serían puntos nodales en la generación de sostenibilidad. Aunque entre los entrevistados se relievan prácticas relacionadas con dimensiones organizativas y económicas, al parecer se trata de dimensiones aún débiles en las redes, asunto paradójico frente al reconocimiento de la sostenibilidad económica como talón de Aquiles de estos medios. Aún quedan por establecer a nivel de prácticas y su relación con los saberes puestos en acción en las experiencias de red componentes que también se abren como vetas de profundización del estudio.

Horizontes de las redes de radios comunitarias

Aparecen sin excepción en los discursos de los entrevistados argumentos que justifican la importancia de las redes en el desarrollo y proyección de los medios comunitarios en los dos casos, incluso cuando el escenario se presenta como disputa.

En términos de incidencia los desafíos son diferentes en términos histórico-políticos, pero gravitan sobre el mismo horizonte que tiene sus raíces en la demanda por la democratización de los medios, la ampliación de los ecosistemas comunicativos, la inclusión comunicativa y los derechos a la comunicación en general. Así mismo, se abre como desafío y oportunidad la inminente transición tecnológica que les enfrenta a una realidad ya presente y es la profusión de medios que se identifican con la intención comunitaria, pero se deslizan en la realidad digital imponiendo nuevas exigencias normativas y haciendo explotar los procesos tradicionales de interacción con los públicos

y las territorialidades, lo cual constituye un elemento crítico en el desarrollo histórico de las radios.

Un cierre como apertura

La metáfora de la red incorpora sentidos diversos que expresan las múltiples y complejas posibilidades de su móvil existencia. Al indagar sobre las imágenes que permitirían objetivizar el trabajo en red, los entrevistados proponen variadas representaciones: un paraguas invertido, una red de pesca, una telaraña borracha, un sistema sanguíneo o una coreografía son imágenes que pueden funcionar como operadores para desentrañar las estructuras y dinámicas que les subyacen y en esta riqueza hermenéutica es perentorio entrar para descubrir ese juego de vínculos (parafraseando a Denise Najmanovich) que permitirá develar los sentidos constituyen la cotidianidad de la comunicación comunitaria.

Se han expuesto en esta ponencia tan solo los más visibles elementos que despuntan en una primera aproximación a la categorización descriptiva de los datos recogidos en campo en diálogo con la reflexión crítica. La comparación de realidades diferentes y similares nos hablan de un tendido de vínculos y sentidos de pensamiento y acción (enacción en la lógica de Varela). Propongo entradas a las líneas de reflexión que se sitúan en el corazón de aquello que nos mueve por su capacidad de creación, de acción, de pensamiento, de dignificación, de enunciación, de resistencia, de re-existencia que significan los medios comunitarios en las coordenadas actuales de un mundo que exige comunicación. La identificación de tensiones, vetas, problemas y evidencias que se presentan como hallazgos preliminares en conjunción con las imágenes que paren sentidos de los comunitario constituyen hilos para iluminar caminos posibles hacia un horizonte de comunicación humana, plenamente humana.

Referencias

Alfaro, Rosa María (2003) “Comunicación, reflexividad y articulación” en Gumucio-Dagron, Alfonso y Tufte, Thomas (2008) Antología de comunicación para el cambio social. CFSC, La Paz.

Castells, Manuel (2000) “Materiales para una teoría preliminar sobre la sociedad de redes” publicado en Revista de Educación, núm. extraordinario (2001), pp. 41-58.

Cubides, H. y Forero, G. (2018) “Experiencia, saber-hacer y la construcción práctica de redes de colectivos sociales” en Revista Nómadas, 49: 69 – 85.

Morin, Edgar (1990) Introducción al pensamiento complejo, Gedisa.

Najamnovich, D. (2011) El juego de los vínculos. Buenos Aires, Biblos.

Pérez Martínez, J. E. (2017). ¿Por qué las radios libres invadieron nuestro dial? Reflexiones sobre el concepto de anomia comunicacional como origen de proyectos de comunicación alternativa (1976-1989). Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 23.

Osses, Sandra. (2015) “Cincuenta años de Radio Comunitaria en Colombia. Análisis sociohistórico (1945-1995)” en Rev. Cient. Gen. José María Córdova, 13(16): 263-283.

Osses, Sandra (2018) “El lugar de lo comunitario en la comunicación. Dos imágenes para la búsqueda de un lugar” en Crovi, Delia (coord.) Sociedad del conocimiento y comunicación. Reflexiones críticas desde América Latina. ALACI: 293-302.

Ramos, J., Morais, S. y Barranquero, A. (2018) “Las redes de comunicación alternativa y ciudadana en España. Potencialidades, dificultades y retos”. OBETS. Revista de Ciencias Sociales, 13(1): 121-148

Rendón, P. (2019) “Las comunitarias y los dilemas de la sostenibilidad: 0-1 en el campo de juego con esperanza de empate” en Revista Arrecife, No. 1, Barranquilla, http://arrecife.net.co/comunitarias-sostenibilidad.html

Valderrama, C., Rojas. S. y González, V. (2011) Medios de comunicación en Colombia. Treinta años de investigación y reflexión. Bogotá, Universidad Central.

Varela, F., Thompson, E. y Rosch, E. (1992) De cuerpo presente. Las ciencias cognitivas y la experiencia humana. Barcelona, Gedisa.

FM Pachakuti. El desafío de sostener una radio indígena en la puna Argentina

FM Pachakuti. O desafio de manter uma estação de rádio indígena no noroeste da Argentina.

FM Pachakuti. The challenge of holding an indigenous radio station in northwestern Argentina

Emilse Siares[83]

Resumen: En el año 2009, en Argentina, se sancionó la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual que reconoció el derecho a la Comunicación con Identidad de los pueblos originarios y los habilitó como prestadores de servicios de comunicación audiovisual. En ese marco se fundó, en el año 2011, la FM Pachakuti. Se trata de una radio indígena kolla y está ubicada en Abrapampa, provincia de Jujuy, en una zona geográfica conocida como Puna. Nos proponemos diagnosticar las fortalezas y las dificultades principales con las que se enfrentó esta emisora a la hora de gestionar y de sostener su proyecto comunicacional.

Palabras Clave: Comunicación Indígena, Comunicación con Identidad, FM Pachakuti.

Abstract: FM Pachakuti is an indigenous Kolla radio station located in Abrapampa, Jujuy. We propose to analyze its main strengths and the difficulties it faced while managing and supporting his communication project.

Key words: Indigenous Media, Communication with Identity, FM Pachakuti.

La Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), aprobada en Argentina en 2009 y actualmente bajo reforma, reconoce a los pueblos originarios como prestadores de servicios de comunicación audiovisual (art. 21), de

[83] Emilse Siares. Instituto Gino Germani- CONICET. Lic. en Ciencias de la Comunicación, Doctoranda en Antropología (Universidad de Buenos Aires), Argentina. emisiares@gmail.com

acuerdo al principio de la preservación/promoción de su identidad y valores culturales (art. 3 inc. Ñ) . Además, los Medios de Pueblos Originarios (MPO) están entre los beneficiarios del Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA) y de otras formas de financiación más directas (art. 97 inc. F, 152).

En este marco se funda la FM Pachakuti (2011): la primera emisora del país en recibir la autorización para emitir por la ex Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA). La radio pertenece a la comunidad kolla de Queta y está ubicada en la localidad de Abra Pampa, provincia de Jujuy. En este trabajo nos proponemos diagnosticar las fortalezas y las dificultades principales con las que esta emisora se enfrentó a la hora de gestionar y de sostener su proyecto comunicacional, sobre todo en el marco de la reforma de la LSCA iniciada en el año 2015.

Consideraciones teóricas y metodológicas

De acuerdo a la literatura en materia de MPO, los comunicadores indígenas "*indianizan"/"indigenizan" los medios* (Salazar, 2002; Schiwy, 2009; Doyle, 2015): esto es, resignifican el uso de las tecnologías de comunicación en base a sus prácticas tradicionales, mientras apuestan a *descolonizar el espacio público mediatizado* (auto)representando sus luchas y culturas, revirtiendo los discursos etnocéntricos y estereotipados de los medios hegemónicos (Ginsburg, 1994; Salazar, 2003, 2010; Wortham, 2005; Doyle, 2007; Magallanes-Blanco et al., 2013). Por ello, la comunicación indígena mediatizada es una *postura política,* arraigada en las reivindicaciones de autonomía y en su *resistencia cultural* aue fortalece y defiende la *identidad étnica* (Ginsburg, 1991; de la Peña, 1995; Wortham, 2004, 2005; Salazar, 2014). Es esta *(auto)adscripción identitaria* que da forma y significado(s) a los MPO: por un lado, trasforma «las lógicas de producción de información y de construcción de agenda, los modos de entretenimiento, los espacios y tiempos de habla en los medios» (Doyle, 2015: 105); por otro lado, alimenta un imaginario activista que revitaliza la lucha por la auto-determinación, visibilizando aquellas culturas indígenas que han sido subyugadas a través del proyecto (neo/post)colonial (Salazar, 2009; Magallanes-Blanco et al., 2013).

Por lo tanto, los medios son objetos de reivindicación en sí mismos porque posibilitan la expresión de la *indigenidad* en

el espacio público mediatizado (Doyle, 2013). En este sentido, la LSCA es una conquista legal de los pueblos originarios disputando el reconocimiento de su *ciudadanía comunicativa del tipo étnico*: esto es, su capacidad de actuar como ciudadanos mapuche, aymaras, zapotecas, etc. (de la Peña, 1995; Salazar, 2014) en el terreno de la comunicación pública (Mata, 2006). La *discusión y aprobación de la LSCA* desató un proceso de surgimiento de MPO y de concientización acerca de los derechos a la *comunicación con identidad.* Sin embargo, al igual que los medios comunitarios, los MPO se enfrenta[ro]n con diferentes dificultades para sostenerse.

Para desarrollar la exploración de las fortalezas y dificultades de la emisora en el marco legal abierto con la LSCA, adoptamos una metodología cualitativa que garantizara un diseño flexible e interactivo de la investigación (Miles y Huberman, 1994). Realizamos instancias de observación participante y entrevistas semiestructuradas con referentes de la radio.

Resultados y discusiones

Presentamos aquí los principales desafíos y estrategias de la emisora organizados en tres ejes: *Sostenibilidad política, Sostenibilidad comunicacional y Sostenibilidad económico-administrativa*. La división entre ellos es sólo a fines analíticos, pues, como veremos, se encuentran estrechamente ligados en las prácticas cotidianas de la emisora y no pueden pensarse de manera aislada ni descontextualizada.

El primer eje es el de la *Sostenibilidad política,* que da cuenta de los valores que sostienen el proyecto político de la radio y su manifestación en la práctica cotidiana (Binder et al, 2017). La apuesta por mantener al aire la FM Pachakuti responde, en primer lugar, al vínculo orgánico con su comunidad y a la claridad de sus objetivos. Sus orígenes se remontan a la consolidación, en el 2007, de un equipo de comunicadores de la puna:

> [...]venimos de hacer comunicación en otros espacios, en otras radios, sabemos lo que es estar condicionados, no sólo en el tiempo -de una o dos horas- si no también la condición dependiendo de la línea ideológica que maneja cada medio; por ejemplo, que te digan: "te damos el espacio, pero no vas a hablar en contra de la iglesia o en contra del intendente actual porque...es política de la radio, no corresponde". (FM Pachakuti)

Emerge allí la necesidad de poder gestionar espacios propios "para poner nuestras voces al aire y ejercer nuestro derecho a la Comunicación con Identidad" (FM Pachakuti). Así, una vez promulgada la

LSCA, comenzaron las gestiones para la creación de la emisora y el 30 de noviembre de 2011 realizaron la inauguración de la radio.

La apuesta por gestionar un espacio propio en la arena mediática, para fortalecer y visibilizar a las comunidades originarias, sus culturas y sus luchas territoriales (Salazar, 2003) se hace evidente ya desde los objetivos de la emisora:

> [...] el objetivo [es] la visibilización de los pueblos a través de sus propios medios. El hecho de poder decir lo que se quiera, como uno quiera, contarle de nuestra versión al resto de la sociedad [...]que también fue parte de una negación, de una condena social hacia este [nuestro] sector. (FM Pachakuti)

Además, hay una dimensión cultural que fundamenta la política: la necesidad de recuperar y revalorizar las expresiones culturales de cada pueblo, en el camino hacia la autodeterminación (Tuhiwai Smith, 1999). Es decir, la radio es al mismo tiempo una "herramienta de lucha de los pueblos" y, a la vez, permite "hacerle entender a la sociedad que es posible una vida mejor retomando algunos principios y valores que han tenido nuestros pueblos" (FM Pachakuti). Esta doble dimensión es la que encarna la propia elección del nombre de la radio:

> La radio se llama Pachakuti porque creemos en la filosofía de los pueblos, ellos han dicho que hay 500 años malos y 500 años buenos, [...] Pachakuti significa "el tiempo de volver a ser nosotros mismos", entonces creo que volvemos a resurgir, a retomar muchas cosas para poder, inclusive, armarles propuestas a la sociedad, al Estado. (FM Pachakuti)

No obstante, el sostenimiento de este proyecto político generó algunos desencuentros en la organización comunitaria. Tal como nos manifiestan desde la emisora: "[...]también tenemos algunas internas y [...], eso hace que replanteemos algunas cosas, y poder reorganizar o reconsiderar el futuro comunicacional de la radio". Estas tensiones, se deben, principalmente, a la necesidad de resolver otras "urgencias" a las que se enfrentan las comunidades diariamente, sobre todo las vinculadas a las desigualdades materiales históricas a las que son sometidas.

Los objetivos estructuran el proyecto comunicacional de la radio, en términos políticos-culturales y estéticos (Binder et al., 2017). Surge entonces, un segundo eje: el de la *sostenibilidad comunicacional*.

El proyecto político de la FM Pachakuti nace en el seno de una organización política: el Consejo de Comunidades Kollas del Departamento de Cochinoca. Esta supra organización acompaña el surgimiento de la radio con el imperativo de la defensa del territorio:

> [...] Creemos que la defensa del territorio no tiene que ver solamente con el lugar donde habitamos, sino con nuestra forma de vida en general, que es el *Sumaj Kawsay, Buen Vivir de los pueblos*. [...] Esto nos permite no solo defendernos sino reivindicar nuestra historia en defensa de todo el territorio, historia que ha sido, y sigue siendo, invisibilizada, ocultada, modificada y silenciada. (Documento Interno)

En la puna jujeña, el pueblo kolla despliega estrategias de resistencia para frenar el avance de la megaminería y conservar sus formas ancestrales de vida. Así, para esta organización la comunicación es parte de un entramado de estrategias y procesos de resistencias que apuntan a la visibilización y reconocimiento de las necesidades y realidades indígenas particulares (Agüero y Müler, 2017). En este marco, la radio organiza su programación garantizando la cobertura de los conflictos generados por la defensa del territorio, con el compromiso de "poner" el cuerpo:

> Hemos acompañado a comunidades que estaban en situación de desalojo, que se ponían frente a las empresas mineras, que sufrían hostigamiento por parte de terratenientes[...]. Ese acompañamiento[...]nos ha hecho ver la realidad y hacerle ver a la gente que escucha cómo se va dando la situación. (FM Pachakuti)

Tal acompañamiento implica -para el equipo- también enfrentar las consecuencias. Es así que "[...] tenemos causas judiciales. Lo más terrible fue que en el auge de la minería [...] nos tiraban piedras, amenazas por mensaje de texto o llamadas"(FM Pachakuti). Pese a ello, desde la radio insisten con la tarea de contar la propia versión de los hechos, como acto de disputa de construcción de sentido, es decir: "contar para ser tenidos en cuenta" (Salazar, 2016).

> Creo que el rol de los medios es la visibilización [...] hacia el resto de la sociedad, porque es muy difícil instalar algún tema en la agenda pública o estos temas en los medios. [...] Poder visibilizar, con los protagonistas, de manera directa y poder llevar información de la manera más fehaciente posible. (FM Pachakuti)

La radio se concibe como parte de una red que actúa en defensa de la Tierra como fuente de vida (*Pachamama*) cuya actividad no se limita sólo a transmitir conflictos, sino

también a habilitar un diálogo intercultural con el resto de la sociedad:

> […][somos] intermediario[s] entre una comunidad y el resto de la sociedad. Es tan importante la comunicación en ese sentido y la formación de los comunicadores porque son los encargados de llevar ese mensaje del movimiento indígena para el resto de la sociedad […]. Entonces, hay que acercarlo para tratar de tener una sociedad de aliada, y que entienda todos los conflictos que tienen las comunidades o todas sus reivindicaciones, para que sea legítimo. (FM Pachakuti)

Por otro lado, constituirse como sujetos políticos de un territorio implica "luchar en el escenario público, desde sus [propias] voces y lugares de enunciación que se constituyen contrahegemónicos" (Agüero y Müler, 2017: 43). Poder nombrarse como una emisora kolla implica, además, apropiarse de la memoria y crear discursos propios que desafían los de una historia oficial única (Magallanes Blanco et al, 2013). Esto se fundamenta en el acto de *ser en la palabra*, recuperando el *runa simi kolla* y su tradición oral. Así, en la radio se consolidan procesos de resistencia étnica y cultural que apuntan a fortalecer la identidad kolla hacia adentro y afuera de las comunidades. Con la programación se busca:

> […] darles voz a los protagonistas principales que son las comunidades. Fortalecer y fomentar la identidad cultural de los pueblos originarios, promover sus actividades culturales. No siempre es demanda, problemáticas sino también contar las cosas buenas, las cosas lindas que tienen las comunidades como sus actividades culturales, reivindicativas, sociales. (FM Pachakuti)

Esto sitúa a la radio también como espacio de creación, de innovación, de encuentro, de risa y hasta de goce (Agüero y Müler, 2017), muy propios además de una cultura kolla, que tiene un amplio calendario de celebraciones a lo largo del año. En la puesta al aire, entonces, se presenta la oralidad con sus ruidos, con sus cantos, sus silencios, la musicalidad y la vitalidad de la fiesta. Sin embargo, es la comunidad indígena quien decide el modo de participación de la radio en cada caso:

> [Del] calendario de celebraciones […], no en todas participa la radio, porque no podemos. Sí participamos en la producción de animales, por ejemplo. [En algunas] fiestas[…], dependiendo, el rol de la radio era difundir y promover la actividad. (FM Pachakuti)

La *palabra* es un elemento de resistencia y también de rebeldía: el nombrarse/relatarse kollas implica no solo alzar la voz en las reivindicaciones, sino

también habitar el silencio como espacio íntimo, únicamente reservado para el hacer ritual que excede cualquier posibilidad de comunicación mediatizada.

Por otro lado, la recuperación de la palabra implica también la revitalización de la lengua, en este caso el *quechua*. El estado moderno constituyó una idea de Nación argentina sobre eliminación de cualquier rastro "indígena" (Svampa, 2016). Así, muchos idiomas originarios se fueron extinguiendo de a poco, sobre todo porque los más ancianos se fueron muriendo y, con ellos, su lengua. Aunque desde la emisora asumen que hay una pérdida del idioma, insisten en transmitir en quechua, aunque sean pocos minutos.

> Dimos algunos cursos de quechua a través de la radio. Por ejemplo con cuestiones básicas: los días de la semana, los números, los saludos... En algún momento intentamos incorporar[lo] en algunos programas, por ejemplo, en la presentación. [...] Entendemos que la mayor parte de la sociedad no habla quechua. Si bien quedaron algunos dialectos, algunos vocablos, tratamos de recuperarlos y de recuperar nuestra lengua materna.(FM Pachakuti)

No ha sido fácil para la emisora plasmar estos objetivos políticos y culturales en la programación, sin embargo, se sigue desarrollando como ejercicio constante, erosionador, en pos de la descolonización del espacio público y la recuperación y revitalización de su identidad cultural.

Finalmente, pero no menos importante, destacamos el eje de la *sostenibilidad económico administrativa*, que refiere a los recursos que necesita la radio para gestionarse. Al igual que muchos medios comunitarios, los MPO cuentan con escasos recursos para sostener sus actividades, sin embargo, en la FM Pachakuti han sabido desarrollar múltiples estrategias en su recorrido.

Tener un financiamiento endeble se refleja en instancias tales como la longevidad de los equipos de trabajo, la estabilidad de la programación y la obtención y el mantenimiento del equipamiento técnico. De hecho, la radio no puede garantizar actividades todo el día todos los días, sino que transmite con horarios irregulares. En efecto, el equipo se caracteriza por la baja cantidad de integrantes activos. Ninguno de los miembros recibe un salario por su participación, porque se trata de "comunicadores militantes", en su mayoría jóvenes. Entonces, en el momento en que estos jóvenes deben estudiar o trabajar,

emigran y el equipo queda reducido. Como relata un entrevistado:

> Hemos llegado a tener 17 integrantes, una programación desde las 7 hasta las 16 con programas en vivo; y después, desde las 20 a las 00hs. [Luego] muchos de los chicos que trabajaban con nosotros se han ido a seguir sus estudios en San Salvador [de Jujuy] y ahí hemos quedado como "rengos". (FM Pachakuti)

Además, en la FM Pachakuti se desarrolla una modalidad mixta de sostenimiento (Leavi e Iglesias, 2013). Las estrategias son variadas, tales como "hacer bolsillo" entre los integrantes, pedir donaciones y organizar rifas. Lo recaudado es destinado a cubrir el costo mínimo que genera la emisora, por ejemplo: el alquiler, la electricidad, el agua potable, etc. La publicidad no es una estrategia eficaz: el dinero es escaso ya que se trata de un entorno radial pequeño, donde el contacto de los comerciantes/clientes es cercano y directo. Estas estrategias no alcanzan para sostener los costos más elevados, como el arreglo de equipos. Desde la emisora, reconocieron que hay una necesidad de resolver los problemas económicos y materiales que afligen a los MPO para poder asegurar su continuidad, sobre todo, en la posesión de un espacio físico propio.

En este sentido, el FOMECA representó una herramienta concreta, aunque se convirtió en una instancia de debilidad y preocupación para la emisora. La radio se presentó y ganó el concurso por el financiamiento para equipo técnico en 2013, pero sus miembros no recibieron el dinero porque la comunidad no poseía una cuenta bancaria. Recién lo lograron en 2014 y 2015, cuando volvieron a presentarse para otras líneas de financiamiento. Sin embargo, los fondos ganados fueron acreditados años después, con una clara devaluación del dinero y encarecimiento de los presupuestos presentados. La reforma de la LSCA, en el 2015, implicó un gran retroceso puesto que se demoraron los pagos de las líneas ganadas así como la apertura de nuevos concursos, se eliminó la línea de fomento específica para MPO y se digitalizaron todos los trámites para concursar. Esto refleja que los procesos para acceder a los FOMECA no tienen en cuenta la vida de las comunidades en sus territorios, el problema del acceso a internet, el desconocimiento sobre la formulación de proyectos, o las dificultades de gestión de trámites burocráticos/bancarios. En palabras de un entrevistado:

> Creo que el Estado todavía no se ha adecuado a la realidad de los pueblos, a [su] dinámica [...]. Primero porque es bien burocrático el asunto [...]. Hay toda una tarea detrás, técnica y logística con la parte de la documentación de la comunidad, que no es una tarea fácil [...]. Acá es difícil encontrar comunidades que tengan cuenta bancaria, porque tener[la] significa también mantener esa cuenta, no es gratis [...]. (FM Pachakuti)

Debido a estas fluctuaciones económicas, la radio ha pasado algunos períodos fuera del aire. Por eso, desde la emisora remarcan que el Estado debe garantizar el Derecho a la Comunicación con Identidad. Esto es: acceso/mantenimiento del equipamiento técnico; capacitación y actualización constante - en lo que respecta a herramientas digitales, por ejemplo-; presupuesto para garantizar un equipo estable y simplificación del acceso a los FOMECA y a la Pauta Oficial. La demanda de fortalecimiento y regulación del aspecto económico se exige como respuesta a la deuda histórica del Estado hacia las comunidades indígenas.

Reflexiones finales

Los medios de comunicación indígena son proyectos políticos a largo plazo que desafían las lógicas de (re)producción capitalista. Sin embargo, es necesario dar cuenta de la dificultad y el esfuerzo que conllevan estos espacios para sostenerse en el tiempo. Como pudimos reconstruir, la FM Pachakuti se enfrenta a diferentes conflictos a través de diferentes estrategias. Los que hemos organizado en tres ejes: la sostenibilidad política, la sostenibilidad comunicacional y la (in)sostenibilidad económico-administrativa. Sin duda alguna, el surgimiento de la emisora responde a los intereses descolonizadores del pueblo kolla, que a su vez se plasma en los objetivos políticos y culturales que fundamentan su existencia. Éstos sustentan el proyecto político desde hace años, no sin contradicciones, y -a su vez- garantizan la sostenibilidad comunicacional. La emisora busca plasmar esos objetivos políticos y culturales en su programación, que también se ve afectada por cuestiones económicas y administrativas.

La FM Pachakuti no posee un financiamiento fijo, lo que afecta el funcionamiento de la radio y su[s] equipo[s]. Las estrategias desplegadas por la emisora no son suficientes, por lo que sus integrantes exigen que el Estado garantice su Derecho a la Comunicación con Identidad, saldando así la deuda histórica con las comunidades indígenas del país. Sostener esta experiencia

ha sido y sigue siendo un gran desafío para el pueblo kolla, sin embargo, la apuesta se mantiene. Por ello, hemos tratado de poner en evidencia el esfuerzo que realizan sus integrantes: la apuesta es siempre por la vida, la de la emisora y la de su propio pueblo.

Referencias

Agüero,M. y Müller, A. (2018) Comunicación y territorio. Resistencias en el noroeste argentino. *Mediaciones*, 9: 32 – 47.

Binder, I., Fisher, P. & Godinez Galay, F.(2017) *Como sea. Sostenibilidad económico-administrativa en radios comunitarias de Argentina.* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones del Jinete Insomne.

de la Peña, G. (1995). La ciudadanía étnica y la reconstrucción de 'los indios' en el México contemporáneo. *Revista Internacional de Filosofía Política*, 6: 116-140

Doyle, M. (2007). ¿Derecho a la información o derecho a la comunicación? Análisis comparativo aplicado a la situación de los pueblos originarios del territorio argentino. *Questión*, 1(16).Recuperado de http://goo.gl/yaVkuc

Doyle, M. (2013). *Los medios masivos de comunicación en las luchas de los pueblos indígenas. Abordajes desde los Estudios sobre comunicación en América Latina*. Tesis de Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Doyle, M. (2015). Debates y demandas indígenas sobre derechos a la comunicación en América Latina. *Temas Antropológicos*, 37(2): 89-118

Ginsburg, F. (1991). Indigenous media: Faustian contract or global village? *Cultural Anthropology*, 6(1): 92-112

Ginsburg, F. (1994). Embedded aesthetics: creating a discursive space for indigenous media. *Cultural anthropology*, 9(3): 365-382.

Leavi, C. y Iglesias, M. (2013). Las radios sin fines de lucro: comunicación desde la ciudadanía. Estrategias, posicionamientos y tensiones frente al mercado y la regulación del Estado. *Oficios Terrestres*, 1 (29). Recuperado de: https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/1952

Magallanes-Blanco, C., Parra Hinojosa, D., Atala Layún, A. y Flores Solana, T. (2013). Memoria e imaginarios en el discurso mediático indígena: producciones radiofónicas de Oaxaca. *Realis*, 3(2): 156-177

Mata, M. C. (2006). Comunicación y ciudadanía: problemas teórico-políticos de su articulación. *Revista Fronteiras-estudos midiáticos*, 8(1): 5-15

Miles, M. B. y Huberman, M. A. (1994). *Qualitative Data Analysis*. Thousand Oaks: Sage

Salazar, J. (2002). Activismo indígena en américa latina: estrategias para una construcción cultural de las tecnologías de información y comunicación. *Journal of Iberian and Latin American Studies*, 8(2): 61-79

Salzar, J. F. (2003). Articulating an Activist Imaginary: Internet as Counter Public Sphere in the Mapuche Movement, 1997/2002. *Media International Australia*, 107(1): 19-30.

Salazar, J.F. (2009). Self-determination in practice: the critical making of indigenous media. *Development in Practice,* 19(4): 504-513.

Salazar, J. F. (2014). Prácticas de auto-representación y los dilemas de la auto-determinación: el cara y sello de los derechos a la comunicación Mapuche. En C. Barrientos (Ed.). *Aproximaciones a la cuestión mapuche en Chile, una mirada desde la historia y las ciencias sociales*. Santiago, Chile: RIL Editores, pp. 143-160.

Salazar, J. F. (2016) Contar para ser contados: el video indígena como práctica ciudadana. En Magallanes-Blanco C. y Ramos-Rodríguez J. M. (eds.) *Miradas propias. Pueblos indígenas, comunicación y medios en la sociedad global*. Puebla, México: Universidad Iberoamericana Puebla, CIESPAL, 91-109.

Schiwy, F. (2009). *Indianizing Film*. *Decolonization, the Andes, and the question of technology*. Newark: Rutgers University Press

Svampa, M. (2016). *Debates latinoamericanos. Indianismo, desarrollo, dependencia y populismo.* Buenos Aires: Edhasa.

Tuhiwai Smith, L. (1999). *Decolonizing methodologies: research and indigenous peoples*. London: Zed Books

Wortham, E. (2004). Between State and Indigenous Autonomy: Unpacking Video Indígena in Mexico. *American Anthropologist*, 2(106): 363-367

Wortham, E. (2005). Más allá de la hibridad: los medios televisivos y la producción de identidades indígenas en Oaxaca, México. *Revista Liminar,* 3(2): 34-47

El poder de las emociones: el relato afectivo de las radios comunitarias en Chile[84]

O poder das emoções: a narrativa emocional de rádios comunitárias no Chile

The power of emotions: the story of the affections in community radios stations in Chile

Juan Domingo Ramírez-Cáceres[85]

Tomás Ignacio Soto Ramírez[86]

Resumen: El presente trabajo muestra cómo la emocionalidad está presente en la creación y desarrollo de las radios comunitarias. Es un estudio cualitativo con una base analítica de contenido, donde algunos significados que los directores de las radios le atribuyeron a la afectividad se asociaron a pasatiempos, vínculo familiar o fraternal que crean con la comunidad donde se encuentran insertos, aumento de la seguridad y autoestima, entre otros.

Palabras clave: radios comunitarias; afectividad; emociones e identidad territorial; Censo radios comunitarias Chile

Abstract: This work shows how emotionality is present in the creation and development of community radio stations. It is a qualitative study with an analytical content base, where some meanings that the radio directors attributed to affectivity were associated with hobbies, family or fraternal bond that they create with the community where they are inserted, increased security and self-esteem , among others

[84] Investigación financiada por Fondecyt Chile. Proyecto Iniciación 11160386 “Las radios comunitarias en Chile: descripción y análisis de las variables de Asociatividad, Comunidad y Afectividad en los procesos radialistas”

[85] Juan Domingo Ramírez-Cáceres http://orcid.org/0000-0001-5080-4857 - Docente e Investigador Instituto de Comunicación Social, Universidad Austral de Chile, Doctor en Comunicación y Periodismo Universidad Autónoma de Barcelona. Chile jramirez@uach.cl

[86] Tomás Ignacio Soto Ramírez, http://orcid.org/0000-0002-7181-5480 Investigador independiente. Coinvestigador Fondecyt 11160386 Radios Comunitarias en Chile: descripción y análisis de las variables de Asociatividad, Comunidad y Afectividad en los procesos radialistas, Magister © Análisis de encuestas sociales, Pontificia Universidad Católica de Chile. Chile, tomas.soto.r@gmail.com.

Keywords: community radios; affectivity; emotional emotions, territorial identity; Community radio census in Chile.

Resumo: Este trabalho mostra como a emocionalidade está presente na criação e no desenvolvimento de rádios comunitárias. É um estudo qualitativo com base de conteúdo analítico, onde alguns significados que os diretores de rádio atribuíram à afetividade foram associados aos hobbies, vínculo familiar ou fraterno que criam com a comunidade onde estão inseridos, aumento da segurança e da autoestima, entre outros.

Palavras-chave: rádios comunitárias; afetividade; emoções e identidade territorial; Rádios comunitárias do censo Chile.

1. Introducción:

Las Radios Comunitarias Son medios que tienen una relevancia comunicacional y social tanto en su programación como en conflictos sociales o en tragedias naturales, Las emisoras han sido actores claves para romper el cerco informativo en los movimientos ciudadanos; actúan en los estallidos sociales de 2019 en Chile, Bolivia y Colombia, así como actores relevantes en tragedias naturales como fue en el terremoto de Chile en 2010.

El actuar de las radios comunitarias en Chile se da en varios planos: son creadas, operadas y mantenidas por la comunidad; expresan la voz que rompe la desinformación de medios comerciales y políticos y relevan el accionar social en situaciones de crisis. Una de las preguntas que surge es ¿qué lleva a la comunidad a crear y participar en estos medios? Este artículo indaga en las emociones y afectos que aparecen como un sentido generalizado en el desarrollo y mantención de estos proyectos radiales, los cuales pueden estar presentes en diferentes ámbitos de lo colectivo, como en la capacidad movilizadora en los movimientos sociales (Gravante, T. 2016; Jasper, 2013; López Vigil, 2011).

Este trabajo muestra el resultado de una investigación que se enfoca en establecer cómo las relaciones comunitarias, de asociación colaborativa y de emociones están presentes en las radios comunitarias, con énfasis en el aspecto emocional.

Antes de la década de los noventa del siglo pasado, no existen en Chile antecedentes documentados de la existencia

de estas emisoras. Las radios educativas de Colombia, las mineras en Bolivia, las Radios Libres en Europa no tuvieron un correlato.

A cuatro años del retorno a la democracia, las radios comunitarias fueron reconocidas legalmente. En la primera ley de 1994, el Estado permite su existencia con restricciones que hacen casi imposible la continuidad de los proyectos (sin publicidad y baja potencia). La posterior ley de 2004 tampoco introdujo puntos relevantes

El proceso se inscribe también en una débil asociatividad de la sociedad chilena, producto de la destrucción del tejido social en dictadura. El Censo de Radios Comunitarias en Chile (Ramírez, 2019) señala que el 49% de las radios no pertenecen a ninguna organización, abriendo interrogantes sobre la existencia de un movimiento de confluencia en las radios comunitarias: un preocupante 23% no asociado no tiene interés en hacerlo.

Hasta ahora, las investigaciones (Ramírez, 2018, 2019) han enfatizado en las variables de Comunidad y Asociatividad en el discurso radialista. Sin embargo, surge del discurso la variable Afectividad, inserta en los estudios más complejos de la Emociones en los movimientos sociales (Jasper, J., 2014; Gravante, T. 2016; Poma, A. 2014; Moraña, M.; Sánchez Prado, I. 2012).

2. Marco Teórico

Analizar y revisar la literatura acerca de las emociones y su aplicación en el campo de las Ciencias Sociales, escapa a la intencionalidad de esta ponencia. Lo que se hará es tomar referencias desde el discurso de los actores radialista acerca de las emociones mismas, su asentamiento en las experiencias y en los marcos culturales y su aplicación en el análisis de los relatos de las radios comunitarias chilenas. De esta manera se puede ingresar a estas experiencias personales que, en su conjunto, puedan recomponer el tejido social y comunitario en torno a las radios comunitarias, el cual aún soporta el efecto de la destrucción de las estructuras participativas durante y después de la dictadura militar chilena (1973-1989). Por estas razones este estudio se circunscribe a las llamadas emociones positiva (Gravante, T., 2016; Poma, A. y Gravante, T., 2015; Jasper, J., 2014).

2.1. Emociones y afectos

Las emociones, a pesar de ser naturales en los seres humanos, han sido objeto de debate en las Ciencias Sociales y también,

desde la neurociencia. En los estudios más clásicos se asumía que las emociones y la racionalidad eran antagónicas (Bodicce, R, 2018; Belli, S.: 2009), por lo que ahora llamamos procesos colectivos emocionales (estallidos sociales, por ejemplo), serían fruto de la irracionalidad. Afortunadamente se ha provocado un giro de dicha concepción, donde se hace foco en los procesos cognitivos y el contexto cultural y social en el que se observan estas emociones, otorgando al discurso, a la expresión oral o escrita, un marco relevante para describir y explicar el cómo actúan las emociones en procesos sociales colectivos. (Gravante, T.: 2016; Jasper, J.: 2013; Bodicce, R. 2017)

Así, las emociones nos permiten construir pertenencia a una comunidad y sociedad.

En "Amor líquido", Zygmunt Bauman (2012) reflexiona sobre la permeabilidad de las relaciones humanas y las personas, aunque tienen como fin íntimo y vital el relacionarse, experimentan a la vez un temor a que esas relaciones las comprometan y pongan en jaque su individualidad. Existe el amor y los afectos, pero pierden trascendencia y compromiso, transformándose en un bien desechable.

El biólogo chileno Humberto Maturana, quien acuñó el término "lenguajear" para definir las relaciones entre el lenguaje, las emociones y el habla de las personas, destaca que lo distintivo en lo humano es el enlace entre lo emocional y lo racional. Afirma que "todas nuestras acciones tienen un fundamento emocional, y creemos que tal condición sería una limitación a nuestro ser racional. Pero ¿es el fundamento emocional de lo racional una limitación? ¡No!" (Maturana, Humberto, 2001: p. 10) y destaca que esa emoción en el amor:

> El amor es la emoción que constituye el dominio de acciones en que nuestras interacciones recurrentes con otro hacen al otro un legítimo otro en la convivencia. Las interacciones recurrentes en el amor amplían y estabilizan la convivencia; las interacciones recurrentes en la agresión interfieren y rompen la convivencia. Por esto el lenguaje, como dominio de coordinaciones conductuales consensuales, no puede haber surgido en la agresión que restringe la convivencia aunque una vez en el lenguaje podamos usar el lenguaje en la agresión. (Maturana, Humberto, 2001: 13)

Para Jasper (2013), en las investigaciones actuales hay problemas cuando se analizan conceptos como identidades o narrativas, principalmente si estos estudios no contemplan explícitamente las emociones entre las causas que los inician o desarrollan.

Y señala tres problemas en el campo de investigación:

- Se mantiene el contraste entre emociones y racionalidad.

- Los términos que describen emociones no diferencian entre distintas clases de sentimientos.

- Los enunciados sobre emociones son generales, unificando erróneamente diferentes clases de sentires.

Aunque Jasper se refiere principalmente a la influencia de las emociones en los movimientos sociales, desarrolla una tipología de sentimientos de las cuales, para nuestros efectos, describimos las más pertinentes. Estas son las básicas emociones reflejas y los estados de ánimo (rápidas y automáticas), destacando – en un tipo más integrador- las lealtades, las emociones morales y la energía que tienen para acompañar los movimientos sociales.

Katriel (2015) destaca la importancia de la expresividad de los discursos emocionales, las formas expresadas en el lenguaje y con el cuerpo, a través de los cuales mostramos nuestras emociones y logramos el encuentro con los otros, dando "lugar a discursos sobre emociones, como, por ejemplo, en el intercambio de historias de experiencias personales o en chismes relacionados con la vida interpersonal de otros" (Katriel, Tamar: p15).

Rodríguez (2008), más en una dirección metodológica, dice que se requiere entender las emociones como parte de los contextos sociales y culturales, que definen momentos, circunstancias y grados de estas.

Poma & Gravante (2015) han estudiado la importancia y efectos de las emociones en el nacimiento y desarrollo de movimientos sociales, especialmente en México. Poma (2014) toma el concepto "choque moral" de Jasper entendido como la mirada emocional sobre el mundo que nos rodea y la toma de conciencia (el choque) de las injusticias procesos que son:

Gravante (2016) hace énfasis en lo que llama Vínculos afectivos; dice que primero están los impulsos, los estados de ánimo y los vínculos. Estos llevarían a las emociones y cognición, es decir, el conocimiento de algo (un acto de represión, por ejemplo) que detona una emoción que puede ser rabia, miedo. Y que luego aquello podría detonar en una acción positiva o negativa (salir a la calle a resistir o huir) que, finalmente, puede generar una emoción colectiva que incidan en el cambio.

Maturana (2009) insiste en la emoción que muestra el amor al prójimo que es un

"entendimiento de los procesos que generan el fenómeno existencial de la conciencia de sí mismo, en una expansión de los impulsos naturales de altruismo comunitario, precisamen-te como la condición necesaria de lo social, y no como un mandato de una supra-naturaleza diferente de la nuestra" (p. XVII).

Boddice (2017) es uno de los autores que ha profundizado en estas relaciones entre la emoción y los contextos. En referencia a la investigación de la historia que toma elementos emocionales en su análisis señala que hay emociones contenidas en la palabra, el amor, el temor, la rabia, la esperanza que deben ser tomadas en cuenta en la interpretación de la historiografía: "Simplemente nos corresponde encontrar los parámetros de esas experiencias afectivas en con-texto. Esto implica conocer el significado y la expresión de "emociones" históricos y palabras de emoción, la dinámica social de su expresión, y las causas y efectos, incluso en el ámbito del medio ambiente, de los cambios en estas cosas. Nosotros no llegamos a conocer el cerebro histórico, sobre una base neurológica, pero podemos llegar a conocer la historia de la experiencia. (p14).

Bjerg (2019) buscando un acuerdo entre la cientificidad de las emociones y el uso de contextos sociales e históricos plantea que una forma de estudiar, que califica de conservadora. sería "acudir a una suerte de construccionismo "blando" (atento a las alertas y los correctivos que sus críticos han señalado), que sostenga la dimensión interpretativa del estudio de las emociones y, en paralelo, nutrirse de las neurociencias para hacer frente al desafío de historizar la experiencia emocional. (Bjerg, María, 2019: p16)

2.2. La Afectividad en las Radios comunitarias chilenas

Teniendo en cuenta todos los principios señalados y que reflejan un estado de la comprensión y utilización de las emociones en investigaciones de movimientos sociales y tal como explicamos anteriormente, en Chile la dictadura cívico militar (1973-1990), a la que siguió una transición con tutela militar, provocó la destrucción del tejido social y de los movimientos sociales, sindicales y comunitarios.

Mardones (2015) destaca que los sentidos de los alumnos plantean "la necesidad de expresión que los estudiantes de la Escuela Juan José Latorre [Chaitén, sur de Chile] tenían respecto a comunicar su forma de

percibir, no sólo lo que había sido el desplazamiento vivido luego de la erupción, sino que la manera en que Chaitén se ha reconstruido con nuevas dinámicas de vida.", lo que le permitió determinar que es necesario incluir "la dimensión afectiva en el trabajo comunitario con los/las participantes y la comunidad, como espacio para la diferencia, la confianza, el afecto y el diálogo. (Mardones, 2015: p87)

Uno de los pocos estudios en Chile que aborda un breve punto los afectos en las radios comunitarias (Yáñez, L.; Cottet, P.; Weibel, M. 2011) señala que lo local se interrelaciona con los afectos personales y la familiaridad, citando a uno de sus entrevistados que dicen que "familiaridad permite la enunciación de nombres propios al referirse a los locutores. yo le decía que produce mucha alegría la radio también porque, para destacar este punto, porque a veces uno no viene a la radio, no solo nosotros, sino que mucha gente y recibimos el saludo (...) Y eso yo sé que produce una alegría, la gente se siente un poco importante, o sea, se acordaron de mi en la radio, mi familia, saludos, todo eso" (Yáñez, Leonel; Cottet, Pablo; Weibel, Mauricio. 2011, 2011: p116)

Es difícil decir que en Chile exista un "movimiento" de radios comunitarias. Por ello, aún no es posible analizar el conjunto de las llamadas emociones positivas y negativas en los procesos sociales. (Jasper, J., 2014; Poma, A., 2014). Es así como se decidió estudiar bajo el concepto de Emoción, el discurso en el que los gestores y directivos de las emisoras hablaron de sus comunidades, de la visión que tienen del desarrollo de las radios, y de los sentimientos que les provocan el realizar estas tareas y que se catalogaron como Afectividad, Identidad y Voluntad.

3. Metodología

En Chile hay 361 radios comunitaria activas (Ramírez, 2020). Las entrevistas se agruparon en tres macrozonas regionales del país y se determinó una muestra no probabilística y de selección dirigida, también denominada por conveniencia compuesta por 51 radios. El número y ubicación de las radios donde se realizó la entrevista se determinó bajo los siguientes parámetros:

- Distribución geográfica: número de radios Comunitarias en regiones y nivel nacional.
- Asociatividad: pertenencia o no a organizaciones o asociaciones radialistas.

- Comunidad: tipos de gestión, participación, misión de la emisora, modo de relaciones con la comunidad, participación.

- Concesión: emisoras con o sin concesión

- Emociones: Afectividad, Identidad y Voluntad por las cuales las personas participan en los proyectos comunitarios de las emisoras.

Las zonas y la representación respecto a cada región de Chile se muestran en la Tabla

Zonas	N° radio/zona	N° entrevistas	% representación
Norte (XV - III)	20	5	9,6%
Centro (IV - VII)	206	28	53,8%
Sur (VIII – XII)	113	18	36,5%
Totales	339	51	100,0%

Tabla 2. Distribución geográfica de entrevistas . Fuente: elaboración propia

De esta manera hay una representación proporcional entre las radios comunitarias de cada zona en que se divide administrativamente Chile.

La entrevista fue cara a cara, con una duración aproximada de 60 minutos cada una. Se grabó en audio y se transcribió literalmente, incluyendo modismos usados por los radialistas o usados en las distintas regiones. Se obtuvo más de 17 horas de entrevistas. La pauta de las entrevistas se dividió en 4 ítems: Misión y objetivos de la radio, Formas de gestión y vinculación con la comunidad, asociatividad de la emisora y afectividad (emociones) respecto al trabajo de la radio y la percepción del entrevistado.

El análisis de las entrevistas se realizó con el software Atlas. Ti, en cuya concepción está presente la Teoría Fundamentada (Grounded Theory) desarrollada por Barney Glaser y Anselm Strauss (1967) y Anselm Strauss y Juliet Corbin (1990). Dicha teoría se explica como una perspectiva de análisis más que un método final, ya que permite, tras exhaustivas revisiones de los datos, generar desde estos mismos, una serie de relaciones, unidades de análisis y, a partir de ello, generar la construcción de teoría. Virginia

Carrero; Soriano, Rosa María: Antonio Trinidad. (2012) dicen que la Teoría Fundamentada busca que de los datos emerjan no una descripción de lo que está pasando, sino un conjunto de hipótesis que den cuenta de la diversidad. Por ello, lo central para el investigador será una lógica inductiva para enfrentar los datos, con apertura a la emergencia de nuevos datos desde (en este caso) el habla de los gestores de las radios comunitarias. Así, al finalizar y llegar al punto de saturación, habrá una formulación teórica que explica el proceso en estudio. Así, los datos son evidencias para la deducción posterior.

A partir de la lectura constante de las entrevistas, se crearon 10 códigos que se reunieron en 4 Familias como muestra en la Tabla 1

Grupo de documentos	Código
GESTION	Financiamiento/Legislación Misión Operación
COMUNIDAD	Misión Uso de redes sociales Vinculación con la comunidad
ASOCIATIVIDAD	Dificultades asociación Participación en asociaciones
EMOCIONES	Afectividad Identidad Voluntad

Tabla 1: Familias y Códigos de análisis . Fuente: elaboración propia

De acuerdo con lo que se presenta en este artículo, el análisis se centra en la familia Emociones, que contiene los códigos:

Afectividad: Emociones que implican participar en una radio comunitaria. Verbalización de las emociones que le produce el participar en el proyecto.

Identidad: Administración de la radio: Grupo humano que gestiona la radio (organigrama y colaboradores). “Fijos” y

colaboradores. Participación de las audiencias: Participación de las personas en los programas, organización y gestión de la radio. Modo en que las audiencias se hacen partícipes de la Misión y gestión de la radio (implícito y explícito)

Voluntad: motivaciones y elementos afectivos de participación. Elementos afectivos que los impulsan a participar en el proyecto.

4. Resultados

Un inicio del análisis contempla la visualización de las redes constituidas con los códigos de la familia Emociones y su vinculación, en este caso, con algunas de las otras familias como Gestión, Comunidad y Asociatividad. La finalidad de esta introducción al análisis de las emociones es ver que este sentir no se aísla, sino que va a interactuar con otros conceptos, es decir, las emociones están insertas en un contexto, entrelazándose como "parte de" o "es una propiedad de "estas relaciones.

Como se ha explicado, hemos centrado el análisis de la variable emocional entendiendo que estos sentimientos no son independientes de otras variables. El "amor" que señala Maturana está presente en todas las relaciones que, para efectos de análisis se han compuesto en las variables citadas.

Las emociones que explicitan los directores y/o gestores de las radios comunitarias, se han realizado un análisis de las frases en las que se expresan emociones como la pertenencia, el cariño, la entrega y el amor. Desde el análisis de las entrevistas, podemos visualizar que las redes de Emoción se integran con otros conceptos, en especial con la Comunidad. Pero a la vez, esa Afectividad, acompañada de los códigos Identidad y Voluntad, se ve atravesada por temores respecto a la financiación de los proyectos (no pueden pasar publicidad), que genera problemas en la operación y gestión de las radios. (Figura 1)

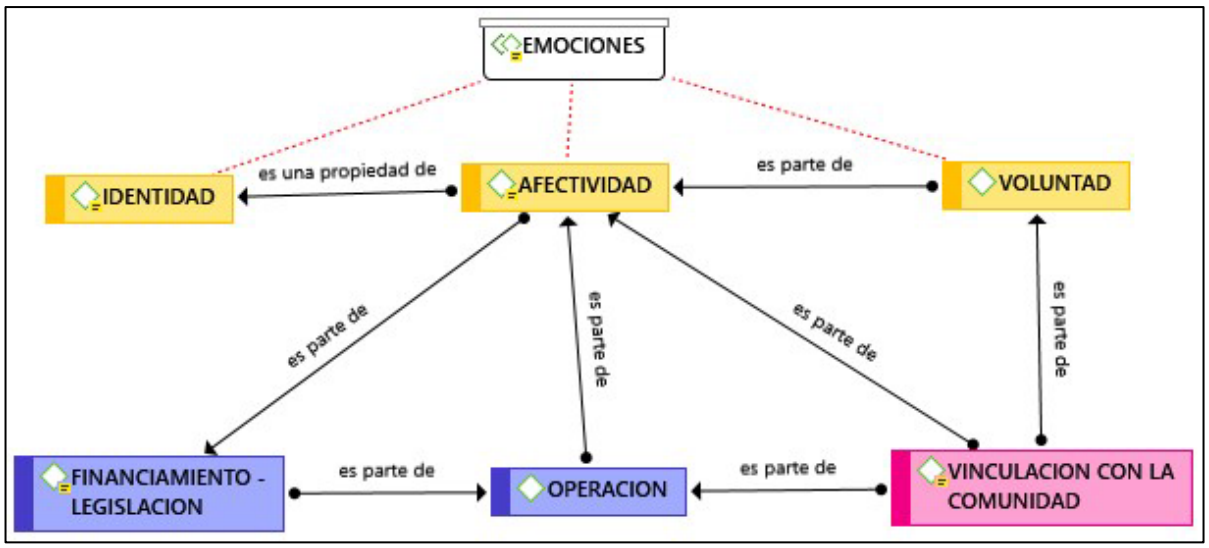


Figura 1: Red de la familia Emociones. Fuente: Elaboración propia

También puede apreciarse en la nube de palabras que se muestra en la Figura 2, la preeminencia de las palabras "gente", "comunidad" y "nosotros", que solidifican la presentación de las variables afectivas que se presentan más adelante. La nube de palabras nos permite apreciar una representación visual de las palabras que conforman un texto de las entrevistas, en donde el tamaño es mayor para aquellas que aparecen con más frecuencia.

En términos analíticos y recogiendo la expresión de los entrevistados, se ha podido desglosar la Emoción en nueve afirmaciones:

Figura 2: Nube de palabras familia Emociones. Fuente: elaboración propia

a. La afectividad es vista como un vínculo familiar o fraternal que los gestores de la radio crean con la comunidad donde se encuentran insertos.

> La radio eh la persona que hace locución crea un lazo como de familia con los auditores porque ellos están atentos a lo que uno dice eh la radio es creíble, así es que hay que tener bastante cuidado también con lo que uno informa con lo que uno dice como lo dice" (2:28)

(...) están más enamorados de la radio que misma propia familia y eso son los vínculos más estrechos con la comunidad, no vamos a decir que se está todo el día, se ocupa una hora a veces medio día para hacer el trabajo. (4:24)

como respetarse entre cada uno, porque somos una radio comunitaria, somos una familia, nadie está pagado, entonces es distinto decirle a una persona pagada, oye sabí que: "no me gustaste, te fuiste"; a un programa que es comunitario, entonces hay que usar otro criterio. (13:12)

b. Trabajar en una radio comunitaria se transforma en un pasatiempo que se practica fuera de las horas de trabajo, el cual se hace por interés hacia la actividad en sí misma y sus frutos intelectuales, artísticos, deportivos o materiales, provocando una satisfacción en la persona que lo realiza.

(...) muy feliz, me hace muy feliz hacer radio, creo que a uno lo sacan de muchas cosas, a uno lo sacan de muchas cosas del concepto diario de la problemática diaria, de vida diaria, o sea, hay muchos problemas, que el auto, que el arriendo, que la casa, pero esta cosa te saca y me despreocupo de lo mío, que es hacer radio y para mi tiene mucho valor". (16:11)

Me siento feliz con la radio, sí, si no, no estaría, igual yo... a ver la radio tiene 16 años, y yo desde el 97 que estoy vinculado con las radios comunitarias, me provoca una satisfacción, porque lo poco que tenemos acá ha sido muy importante gestarlo, es como un logro, es un logro colectivo en la comunidad de los auditores que la hacen propia y también un logro personal porque he logrado mantener el proyecto 16 años y tenerla más o menos bien equipada. (19:20)

c. Trabajar en una radio comunitaria ayuda a desarrollar una mayor seguridad y autoestima en los sujetos que ejercen labores al interior de ella.

La radio ha significado algo importante en mi vida. Me ha ayudado a crecer como persona, a tener seguridad en mí misma, a poder comunicar cierto, eh a poder quizás dejar como un legado de toda nuestra cultura nuestras tradiciones aa nuestras futuras generaciones, a las personas". (2:26)

porque es un hobbie sano, es un hobbie sano, no es un hobbie que haga mal, entonces la satisfacción se puede decir, el ego mismo, el aprecio a uno, como se dice, el autoestima de uno se va para arriba cuando la gente te mira mejor, (13:35)

d. Los gestores asocian la radio a un sentimiento heredable el cual se traspasa de generación a los integrantes de la radio.

En mi caso particular un sentimiento bastante grande porque esto viene desde mi viejo, mi viejo también participó en radio por allá por los 70, de la extinta radio Atacama, que fue desaparecida en la dictadura y todo lo demás. (3:26)

para mi es un proyecto personal y más que personal, del colegio, familiar, mi familia como sostenedora del colegio, pero personalmente, es algo que lo siento propio, porque partí de los primeros, de mi padre con las primeras actividades y yo la primera vez que pusimos un estudiante a hablar por un micrófono con un parlante, un gran sentimiento de afectividad y de unión. (17:17)

e. Los actores en la radio desarrollan un sentimiento hacia la comunicación en sí misma, es decir, se genera una emoción positiva en el hecho de transmitir información radial a la comunidad.

Yo creo que el sentimiento más grande que tengo es la comunicación diaria, es que es maravillosa, es una cosa que no lo puedo describir, no puedo, yo lo que siento cuando estoy al aire y lo que la gente expresa con una llamada telefónica es espectacular, así que es la comunicación". (10:24)

Aquí hay un compromiso social de muchos años que me avala a mí en lo personal por mi compromiso con este medio de comunicación y también con lo que es la comunicación popular. (23:55)

f. Los gestores de las radios comunitarias son percibidos por la audiencia como figuras públicas, ya que los identifican en la comuna como personas naturales y/o personajes ficticios que los mismos locutores crean para entretener a la ciudadanía.

Causa mucha sorpresa. Muchas veces me ha pasado que de repente se me ha acercado gente en el supermercado, porque yo tengo acá un personaje: "el negro loco", que la gente me dice: "oiga las cosas que usted dice no es porque esta tan loco", claro le digo yo que hay que ser medio loco para decir tantas verdades también. (3:19)

(...) porque ya, uno es un rostro es una persona que ya a mí por lo menos ya por los años que llevo trabajando acá, en Ovalle pasa a ser conocido también, pasa hacer una persona publica y uno llega o llama por teléfono y no es la misma entra cuando llega una persona por primera vez, ya todo el mundo lo conoce, sabe quién es. (7:23)

g. El gestor considera la radio como un espacio educativo donde los

estudiantes desarrollan habilidades comunicativas y se adentran a lo que es un espacio radial

La satisfacción más grande es que los niños tengan la posibilidad de poder hacer radio, que eso, yo creo es único dentro de colegios de arte de Chile, porque somos reconocidos por el Ministerio, por el Consejo de la Cultura, somos como 25 colegios a lo largo de Chile y creo que somos los únicos que tenemos una radio dentro" (6:35)

Poder compartir, que ellos vayan aprendiendo, porque muchas veces a través de un libro no, uno no puede aprender todo lo que uno quiere, en cambio, en la radio es de una forma entretenida, didáctica, puede aprenderlo. (2:6)

h. El director genera un sentimiento de apego hacia la radio y espera verla crecer en todos los sentidos (material, legal y comunicativa).

Tener algo que funcione directamente con la radio y no, hartos programas como le digo, de gobierno que han ido saliendo, a lo mejor está de nuestra institución como Club deportivo postular a un proyecto de Fondart, que se generen lucas y a lo mejor eso va a permitir de generarme un sueldo, que yo pueda estar, no le estoy diciendo que vaya a vivir el resto de mi vida, pero un año, unos meses que me tengan así yo creo que puedo ser el hombre más feliz, porque aparte que me va a gustar lo que voy a estar haciendo, estoy ganando mis lucas y no voy a estar preocupado de dónde saco plata para mantener, o sea para solventar los gastos de mi familia". (9:56)

Pero al final de cuenta si uno le pone el corazón, todas las cosas salen bien y esta radio ha funcionado así, de puro corazón no más, de puro corazón no más, pero la gente nos quiere y eso es lo que nos motiva día a día. (10:19)

i. Dentro de la radio se genera un vínculo familiar con las personas que componen y trabajan en ella.

Depende de nosotros mismos como pobladores, depende de que nosotros demostremos que somos capaces, así como ganamos ese APES, hemos demostrado que somos capaces, pero ahora ya a grandes rasgos tenemos que hacerlo que se note más. (2:45)

Increíblemente y se forma eso, es un lazo familiar, familiar se han hecho muchas amistades (24:67)

5. Conclusiones

De lo expuesto anteriormente, se establece que la variable emocional surge como uno de los aspectos importantes en la operación de los proyectos radiales, así como su proyección en el tiempo. Se puede apreciar que más allá del discurso teórico acerca de las radios comunitarias, los

operadores tienen una carga emocional que los lleva a seguir participando del proceso, con todos los problemas que ello les ocasiona, como tiempo, dinero o trabajo, al ser una actividad altamente voluntaria.

El hecho de ver la actividad radial como un como vínculo familiar que los gestores de la radio crean con la comunidad donde se encuentran insertos demuestra lo señalado por Belli (2009: p. 19) citando a Wittgenstein (1958) respecto a que "las emociones no son exclusivamente experiencias mentales, sino también procesos identitarios que determinan el individuo", reflejando el compromiso de los radialistas no sólo consigo mismos sino con la comunidad a la que va dirigida.

Al no existir un movimiento homogéneo de radios comunitarias, no es posible revisar aún las emociones en un contexto de lucha social o reivindicaciones. Por ello, se opta en esta etapa que muestra el artículo en focalizar las emociones como la Afectividad, Identidad y Voluntad.

Se observa que las reflexiones de James Jasper (2013), Tamar Katriel (2015), Alice Poma (2014) y Tommaso Gravante (2016), están presentes en el análisis realizado. Las emociones responden a la observación de carencias en la visibilidad y acceso a los medios de los radialistas, y se realizan desde los afectos, que nacen de la identidad y sentido de pertenencia a sus comunidades.

6. Proyecciones

Es necesario acrecentar los estudios de los discursos de los radialistas, partiendo como señalan Poma y Gravante (2015) "desde abajo" es decir, desde los mismos protagonistas. Los resultados de esta investigación demuestran que las emociones están vinculadas a otras variables (no mostradas en este artículo) como las relaciones con sus comunidades, el modo de gestión de los proyectos y la permanencia de equipos de trabajo. Asimismo, los resultados permiten entregar información real a los radialistas respecto a cómo funcionan estos medios en otros lugares geográficos y de qué manera, el cariño, el amor de que habla Humberto Maturana (2013), es parte de los mismos proyectos.

El estudio de las Emociones va a exigir incluir esta variable en estudios posteriores, a la luz de los estallidos sociales surgidos en Latinoamérica en 2019, en especial en Chile, donde a contar del 18 de octubre se produjo un estallido social que ha reunido a miles de personas en las calles, en demanda de una mayor equidad social. El viernes 25 de octubre de 2019 más de un millón 200 mil

personas, según cifras oficiales, se reunió cuestionando el modelo liberal y demandando al gobierno del empresario derechita, Sebastián Piñera, el fin de las inequidades que provoca el modelo social y económico.

En las protestas, las radios y medios comunitarios han tenido tienen un importante papel en la información de violaciones a los derechos humanos por parte de la policía y convocatorias a protestas callejeras en todo el país, rompiendo así el cerco informativo de los medios comerciales. Además, las radios comunitarias están teniendo un papel de acercamiento y complicidad social, en la información y acompañamiento en la pandemia COVID19. Este proceso ha de ser estudiado.

En segundo lugar, se establece que, en específico, el apego que los gestores o directores tienen hacia la comunidad sirve para cuestionar los postulados posmodernos que estipulan que los sujetos sociales se movilizan única y exclusivamente por motivaciones personales, priorizando lo individual por sobre lo colectivo (García Canclini, Néstor. 1995), dejando una puerta abierta para nuevos estudios relacionados a la identidad territorial y como esta puede ser una variable robusta para relacionar las comunicaciones y la democracia.

Finalmente, estas emociones explícitas o implícitas puedan ser un motor para incentivar la escasa asociatividad del sector. Y de este modo, visibilizar el movimiento para así poder incidir en las políticas públicas que redunden en un mejoramiento de las condiciones de desarrollo de las radios comunitarias en Chile. (Maturana, Humberto, 2001; Boddice, Rob, 2018)

7. Referencias Bibliográficas.

AMARC (2012) ¿Qué es una radio comunitaria? Web institucional de Amarc (Asociación Mundial de Radios Comunitarias).
http://www.amarc.org/?q=es/node/131

Bauman, Zygmunt., (2010). La modernidad Líquida. 1ra edición. 12a reimpresión. Fondo de cultura económica. Buenos Aires. Argentina.

Bauman, Zygmunt., (2012). Amor líquido. Fondo de cultura económica. México.

Belli, Simone. (2009). La construcción de una emoción y su relación con el lenguaje: revisión y discusión de un área importante de las Ciencias Sociales. Theoria, Vol. 18 (2): 15-42. ISSN 0717-196X 2009.

Bjerg, María. (2019) Una genealogía de la historia de las emociones. Quinto Sol, vol. 23, nº 1, enero-abril 2019, ISSN 1851-2879, pp. 1-20 DOI: http://dx.doi.org/10.19137/qs.v23i1.2372

Boddice, Rob. (2017). La historia de las emociones: pasado, presente y futuro en Revista de Estudios Sociales 62: 10-15. https: //dx.doi.org/10.7440/res62.2017.02

2018

Boddice, Rob. (2018). The History of Emotions (Historical Approaches MUP). Manchester University Press. Edición Kindle.

García Canclini, Néstor. (1995) Consumidores y Ciudadanos.1ra edición. Grijalbo S.A. Distrito Federal. México.

Carrero, Virginia; Soriano, Rosa María; Trinidad, Antonio. (2012). Teoría Fundamentada Grounded Theory. El desarrollo de teoría desde la generalización conceptual. Cuadernos metodológicos Nº 37. CIS. Madrid. España. ISBN: 9788474766103

Glaser, Barney; Strauss, Anselm. (1967). The discovery of grounded theory. Chicago: Aldine. Publishing Co. USA.

Gravante, Tommaso. (2016) Cuando la gente toma la palabra. Medios digitales y cambio social en la insurgencia de Oaxaca. Tecnopolítica 1. Quito, Ecuador. Ediciones Ciespal.

Jasper, James. (2013) Las emociones y los movimientos sociales: veinte años de teoría e investigación. Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad. Nº10. Año 4. Argentina. ISSN: 1852-8759. pp. 48-68. http://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/222/146

Gutiérrez Vidrio, Silvia (2016) El papel de las emociones en la conformación y consolidación de las redes y movimientos sociales en Ariza, Marina (coord.) Emociones, afectos y sociología. Diálogos desde la investigación social y la interdisciplina. ISS UNAM. México.

Jasper, James. (2014) Emotions, sociology and protest. En Von Scheve, C. & Salmela, M. (2014). Collective Emotion. Oxford Scholarship Online. ISBN-13: 9780199659180. DOI: 10.1093/acprof:oso/9780199659180.001.0001

Katriel, Tamar. (2015) Exploring emotion discourse. En Flam, Helena & Kleres, Jochen Editores. Methods of exploring emotions. ISBN: 978-1-138-79869-4 (hbk) ISBN: 978-1-315-75653-0 (ebk). Taylor and Francis. Edición de Kindle.

López Vigil, Ignacio (2005) Manual Urgente para Radialistas Apasionados. Edición digital. CC. Lima, Perú. http://www.radialistas.net/article/manual-urgente-para-radialistas-apasionadas-y-apas/

Mardones, Rodrigo; Velásquez, Francisco. (2015). Fortalecimiento de la participación comunitaria a través de la radio local. Una propuesta de investigación-acción participativa (IAP) con jóvenes en Chaitén Revista Magallania (Chile), 2015. vol. 43(3): 77-90. http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22442015000300007

Maturana, Humberto. (2001). Emociones y lenguaje en educación y política. Ed. Dolmen Ensayo Edición: Décima 2001 ISBN: 956-201-087-1.

Maturana, Humberto; Varela, Francisco. (2009). El árbol del conocimiento. Las bases biológicas del entendimiento humano. Lumen. Editorial Universitaria. Santiago, Chile.

Moraña, Mabel; Sánchez Mora, Ignacio. Eds. (2012) El lenguaje de las emociones. Afecto y cultura en América Latina. Iberoamericana · Vervuert. Madrid. ISBN 978-84-8489-660-9 (Iberoamericana)

Poma, Alice. (2014). Emociones y subjetividad. Un análisis desde abajo de las luchas por la defensa del territorio. Papers. Revista De Sociología, 99(3), 377-401. http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers.602

Poma, Alice. & Gravante, Tommaso; Baudone, Marco. (2015). Más allá de la indignación. Una propuesta de análisis desde abajo del movimiento de los indignados. Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad. México DF. Siglo XXI.

Ramírez, Juan Domingo. (2012) 'La Concentración de la Propiedad Radial en Chile: Las Exigencias de Nuevos Paradigmas entre Globalidad y Localidad', Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación 5: 309-328.

Ramírez, Juan Domingo (2015a) 'La Radio Comunitaria en Chile y su Re-Construcción en la era Digital', Tesis Doctoral Facultad de Comunicación y Periodismo, Universidad Autónoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2015/hdl_10803_334974/jdr1de1.pdf

Ramírez, Juan Domingo (2015b) La Radio Comunitaria en el sur de Chile: Análisis del Discurso de Sus Actores', Comunicación y Medios 31: 73-94. DOI: 10.5354/0719-1529.2015.35663

Ramírez-Cáceres, Juan Domingo. (2019) Census of Community Radio Stations in Chile: Territorial Location, Description,

Characteristics and Projection of Community Radio Work, Journal of Radio & Audio Media, DOI: 10.1080/19376529.2019.1698046

Ramírez-Cáceres, Juan Domingo (2019) Orígenes, situación y mapas de la radio comunitaria en Chile (205-210). En Chaparro, M., Gabilondo V. y Espinar Medina, L. Transparencia mediática, oligopolios Y democracia ¿Quién nos cuenta el cuento?, Comunicación Social, ediciones y publicaciones, Salamanca, España.

Ramírez, Juan Domingo (2018) 'Los Afectos como Variable en el Análisis de las Radios Comunitarias en Chile', in F. Sierra, F. Maniglio and D. Fávaro (eds.) Políticas de Comunicación e Integración Económica Intercontinental, pp. 343-351. Quito, Ecuador: CIESPAL.

Rodríguez Salazar, Tania. (2008). El valor de las emociones para el análisis cultural. Papers. Revista De Sociología, 87, 145-159. doi: http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers/v87n0.793

Strauss, Anselm; Corbin, Juliet. (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la Teoría Fundamentada. Medellín. Universidad de Antioquia. Colombia.

Yáñez, Leonel; Cottet, Pablo; Weibel, Mauricio. (2011) Comprensión del fenómeno interrelacional entre productores de la radiodifusión comunitaria y audiencias comunales. Fondo de Estudios sobre el Pluralismo en el Sistema Informativo Nacional CONICYT – CHILE. http://repositorio.conicyt.cl/handle/10533/76136

Relações entre rádio e cultura no contexto da migração AM/FM

Relaciones entre radio y cultura en el contexto de la migración AM/FM

Relations between radio and culture in the context of AM / FM migration

Elane Gomes Santos Coutinho[87]

Resumo: Esta pesquisa analisa como o rádio regional, que passou pelo processo de migração do AM para o FM no Brasil, se relaciona com as culturas locais a fim de comprender qual a relevância que este meio de comunicação tem para essas culturas.

Palavras Chave: rádio regional; cultura popular; representação cultural

Abstract: Esta investigación analiza cómo la radio regional, que pasó por el proceso de migración de AM a FM en Brasil, se relaciona con las culturas locales para comprender qué relevancia tiene este medio de comunicación para estas culturas.

Key words: regional radio; popular culture; cultural representation

1 Introdução

De acordo com Briggs e Burke (2006), a mídia, sistema que está sempre em transformação, tem sua história pautada por questões políticas, econômicas e tecnológicas. Mudanças nestas esferas afetam os meios de comunicação, e cada novidade que surge gera um período de crise e reestruturação. Com o rádio tem sido assim. Uma mudança significativa vem acontecendo com o rádio, no Brasil, a partir do processo de migração da frequência AM para a FM, iniciado em 2013 e ainda em curso. As pesquisas neste tema têm mostrado algumas tendências adotadas

[87] Elane Gomes Santos Coutinho. Mestranda na Universidade Paulista, Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação, especialista em Comunicação e Cultura Midiática pela PUC-SP, Brasil, elanecp@gmail.com.

pelas rádios neste migração: mudanças total ou parcial nas programações; afiliação a grandes redes de FM, perda de veículo de informação em regiões distantes onde a faixa de FM não alcança, desligamentos de emissoras que fazem parte da cultura local (Curado, 2015; Medeiros & Prata, 2019; Oliveira e Monteiro 2017; Farias,2017; Coutinho 2020).

O tema desta pesquisa, que faz parte de um estudo maior, é a relação entre os conteúdos de rádios regionais e a cultura do local onde a emissora está inserida, dentro do contexto da migração da frequência AM para FM.

Considerando as mudanças nas programações das antigas AMs, para se adequar ao estilo de FM, geralmente mais abrangente, e mais focado no mercado, e tendo em vista que com a migração muitas rádios têm se desvinculado da cultura local por se afiliar às grandes redes, é importante entender de que maneira o rádio, migrado, se relaciona com sua abrangência, uma vez que são poucos ainda os estudos sobre a relevância do rádio regional na cultura local, levando em conta as consequências do processo de migração AM/FM. Frente a esta lacuna, o problema central deste estudo é: Como os conteúdos dos programas de rádios regionais migradas se relacionam com a cultura do local onde a emissora está inserida? Para tanto, o objetivo foi analisar conteúdos de programas de rádios regionais, que passaram pelo processo de migração do AM para o FM, verificando as relações destes conteúdos com a cultura da região em que a emissora está inserida.

Para a análise, foi selecionada a Rádio Clube de Santo Antônio de Jesus-BA, emissora regional, inaugurada em 1978 que operou na frequência AM 680 KHZ até 2017, quando migrou para a FM 92.7. Os critérios usados para a seleção do objeto foram: ser uma rádio que não faz operação em rede, com cobertura regional, programação disponibilizada na internet, existência há mais de 20 anos e que tenha migrado para a FM. O corpus se constitui no programa *A Tarde é Nossa*, na edição postada em 01 de novembro de 2019, na página do Facebook da emissora. Foi escolhido pelo por não ser jornalístico, já que nestes é mais comum o tratamento de questões locais, e o interesse da pesquisa foi verificar a relação da emissora com a cultura local e não só com as notícias.

A abordagem seguiu o método qualitativo, com a análise de conteúdo do programa, utilizando a técnica de análise categorial

baseada em Flores (1994). Para coleta dos dados, foram realizadas pesquisa de internet, pesquisa de mídia, pesquisa bibliográfica, escuta, gravação e transcrição do programa. Na análise, o conteúdo do programa foi dividido em subtemas e incorporados às categorias de *temática, linguagem,* e *formato de programa*, a fim de verificar como a relação com a cultura se estabelece nestes elementos do rádio.

Além dos autores já citados, referência importante para este artigo foi Alfredo Bosi (1992), com sua abordagem sobre as culturas brasileiras. Para discussão sobre o conceito e elementos da cultura popular, utilizamos o estudo de Antônio Arantes (1990). Adami (2014) Ortriwano (1985) e Federico (1982) nos ajudam a discutir a gênese do rádio regional no Brasil.

O resultado mostra que, apesar de estar hoje em plataformas de público global e da migração AM/FM, o rádio regional continua sendo meio de representatividade das culturas regionais, sendo ainda relevante a sua existência.

2 Rádio Clube FM 92.7 de Santo Antônio de Jesus-BA: programação e contexto sociocultural

A Rádio Clube FM 92.7 de Santo Antônio de Jesus-BA possui programação generalista. Apesar de, desde 1992, pertencer a uma instituição religiosa – a Diocese de Amargosa - os programas estão voltados para a região e os temas locais. A rádio se envolve no dia a dia das pessoas, entrevista políticos, profissionais liberais e artistas, que também representam a sociedade local. O áudio de toda a programação é disponibilizado no site e no aplicativo e há uma ação intensa nas redes sociais, ampliando e conectando-se com o público em outro ambiente de transmissão. Com a escuta da rádio, percebe-se uma forte marca regional na emissora.

O programa *A tarde é nossa*[88] vai ao ar, todas as segundas-feiras, das duas às cinco da tarde. É um horário de entrevistas com músicos da região. O locutor pergunta sobre seus trabalhos e, no bate-papo, desenvolve temas diversos de maneira descontraída. Os ouvintes interagem pelas redes sócias, com comentários e perguntas. No programa analisado, o locutor recebeu a cantora da cidade, Joyce França, que traz no repertório músicas em ritmo de forró, com o foco em canções antigas.

[88] Disponível em: https://www.facebook.com/RadioClubeFM92/. Acesso em: 01 de novembro de 2019.

O contexto sociocultural da emissora é o município de Santo Antônio de Jesus, com população estimada em 101.512 pessoas[89], considerado a capital do Recôncavo Baiano. Foi criado em 1892 e se desenvolveu em torno da Igreja Matriz, dedicada a Santo Antônio de Jesus. Destaca-se como centro comercial, industrial e de serviços da região. É conhecida por realizar o tradicional *São João da Bahia*, festa popular que, anualmente, atrai milhares de visitantes de todo o país. Outros eventos populares de destaque na cidade são: os festejos de Santo Antônio, São José e São Benedito, marcas da religiosidade católica do Recôncavo. Além do aspecto religioso, a *Feira Livre de Santo Antônio de Jesus* também, é considerada uma das marcas culturais da cidade e movimenta a economia local. Historicamente, a cidade revela interesse em manifestações culturais. Diversas festividades folclóricas, fazem parte da cultura da Cidade dos Palmares, como é conhecida, entre elas: *Capoeira, Terno-de-reis, Bumba-meu-boi, Burrinha de Ouro* e o *Jegue-trio*.[90]

3. O processo de migração do AM para FM no Brasil

A migração do rádio AM para o FM, no Brasil, teve início com a assinatura do Decreto nº 8.139/13, pela presidenta Dilma Roussef, em 7 de novembro de 2013. O documento trata das "condições para extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local, sobre a adaptação das outorgas vigentes para execução deste serviço e dá outras providências."[91] O decreto também prevê a possibilidade de uso da faixa estendida de frequência modulada para a adaptação do serviço de ondas médias.[92] Embora este se refira à "ondas médias em caráter local", o Decreto 9.270 de 25 de janeiro de 2018 inclui "o serviço de radiodifusão sonora em onda média, de caráter local, regional e nacional, para a execução do serviço de radiodifusão em frequência modulada." [93]

[89] Disponível em: https://www.ibge.gov.br/. Acesso em 01 de dezembro de 2019.

[90] Disponível em: http://jornal-gazzeta.blogspot.com/2011/05/santo-antonio-de-jesus-cultura-e.html. Acesso em 12 de novembro de 2019.

[91] Disponível em: https://www.anatel.gov.br/legislacao/decretos/637-decreto-8139. Acesso em: 08 set 2020

[92] A faixa estendida vai de 76 MHz a 87,4 MHz. É ocupada pelos canais 5 e 6 de televisão analógica. A ideia é ocupar esta faixa com rádio em ondas médias, em regiões onde não há espaço na FM convencional.

[93] Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/decreto/D9270.htm. Acesso em: 08 set 2020. As caracterizações de local, regional e nacional, não são, exatamente, a, mesma, que usamos nesta pesquisa. Nos decretos, elas se referem a características técnicas. Neste artigo, chamamos rádio regional aquela emissora que volta a programação para a cultura da região, diferenciando-se do rádio que opera em rede.

Según do dados da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão, de 1.781 outorgas, 1.659 pediram para fazer a migração. Destas, 1.263 entraram no plano básico, mas apenas 809 contratos se efetuaram.[94] O interesse se justifica pelo fato da FM ter melhor qualidade de áudio, custos menores, mais audiência e, por isso, mais anunciantes. A FM tem ainda uma garantia de público a longo prazo, já vez que é bastante consumida pelos jovens. Diferente da AM que, no Brasil, tem a maioria da audiência composta por pessoas acima dos 55 anos.[95] Além disso, os celulares e carros só recebem sinal de rádio FM, o que diminui mais ainda o público do AM.

Apesar desses benefícios e da superior qualidade técnica da FM, estudos apontam alguns efeitos da migração que precisam ser considerados, levando em conta seus impactos na relação rádio regional e cultura local: algumas emissoras que operam agora em FM mudaram suas programações parcial ou inteiramente para se adequar ao novo formato (Curado, 2015). Algumas rádios ainda se afiliaram à grandes redes, após migrarem, em busca de maior qualidade de programação e técnica de serviço (Mídia Dados 2018). Rádios AM desapareceram em regiões onde a onda mais curta da FM não alcança, fazendo o público de regiões longínquas do Brasil - que tem dimensão continental - perder o seu maior canal de informação (Medeiros & Prata, 2019). Emissoras AM, que tiveram papel relevante na formação da cultura de determinadas regiões, foram desligadas, levando consigo elementos simbólicos representativos da cultura e da história destes locais (Coutinho, 2020).

4. A relação entre o rádio regional e a cultura popular brasileira

Percebe-se que o processo da migração do AM para o FM impacta nas diversas formas na relação entre rádio e cultura, quando a emissora AM passa a operar no formato de FM. De acordo com o diretor da Rádio Clube[96], para realizar a migração, foram necessários: novos programas na grade, saída de alguns programas religiosos, redução no tempo de participação do ouvinte, inserção de músicas mais atuais, maior ação nas redes sociais. Além disso, a emissora não chega aos locais que antes atingia, embora

[94] https://www.abert.org.br/web/notmenu/abert-participa-de-ii-forum-nacional-de-radiodifusao.html. Acesso em: 07 set 2020.
[95] Disponível em: https://www.gm.org.br/midia-dados-2019x. Acesso em: julho de 2019.
[96] Dados obtidos através de entrevista com o diretor da emissora em 19 de junho de 2020.

tenha ganhado audiência nos carros, em celulares e uma melhor qualidade de áudio. Dependendo de como estas alterações são dirigidas, podem causar o distanciamento da emissora - até então customizada – da sua região. Tudo isso afeta, de alguma maneira, no papel cultural que o rádio exerce nestas culturas.

Desde a sua inauguração em 1922, as emissoras que iam surgindo no Brasil, nas primeiras décadas do rádio, já traziam um engajamento com suas regiões (Adami, 2014). Os vários modos de usar o meio propagaram a cultura popular que, segundo Bosi (1992, p.319), consiste no "conjunto de modos de ser, viver pensar e falar de uma dada formação social". Arantes (1990, p.25), afirma que um elemento da cultura "significa", ou seja, ele existe porque há um sentido e um significado dado pelas pessoas.

Por um curto período de tempo, no início de sua operação no país, o rádio era considerado um meio de elite e isso por uma série de razões, entre elas, o fato de os aparelhos serem caros, inacessíveis às classes de baixa renda. Pode-se dizer que, neste momento da sua história, o rádio ainda não atingia a cultura popular. Entretanto, isso durou pouco tempo porque logo na década de 1930, com o uso da propaganda, o rádio se popularizou (Federico, 1985). Ortriwano (1985, p. 21), considera que o surgimento da TV, é um marco importante para mudanças no rádio, que passa a ter o olhar mais voltado para as necessidades regionais da audiência, para o serviço de informação e utilidade pública. O uso do transistor, que barateou os aparelhos de recepção, fez o rádio chegar às camadas mais pobres, despertando grande interesse da classe popular, conforme se percebe até hoje.

A pesquisa de 2019 do Grupo Mídia Dados, aponta que o rádio atinge 58% das classes C,D,E, ou seja, seu maior público está na classe baixa.[97] Relacionando estas classes com o público envolvido na cultura popular definida por Bosi (1992, p. 309) - "o homem rústico, sertanejo, ou interiorano... pobre suburbano" - conclui-se que a maior audiência do rádio está na cultura popular.

A relação entre rádio e cultura regional só acontece a partir do que faz sentido para a audiência. Segundo (Bosi, 1992), é ela quem decodifica os conteúdos recebidos de acordo com o seu capital cultural e seus significados. No rádio, este relacionamento se dá através dos próprios elementos envolvidos na produção: locutor, programa,

[97]Disponível em: https://www.gm.org.br/midia-dados-2019. Acesso em: julho de 2019.

interatividade, temáticas, profissionais, linguagem, sonorização, entre outros. O poder massivo do rádio tem o papel de valorização da cultura e, muitas vezes, de definir o que representa ou não a sociedade local, bem como o que deve ser lembrado ou esquecido. O rádio tem sido usado, historicamente, tanto na disseminação de ideologias, quanto para a representação cultural. Nosso olhar aqui, está para este segundo modo de uso.

5. Elementos que relacionam a Rádio Clube FM 92,7 de Santo Antônio de Jesus-BA com sua região

Ao analisar as relações estabelecidas entre o conteúdo de programa da Rádio Clube FM 92,7 de Santo Antônio de Jesus – BA, verifica-se que, de fato, alguns temas, linguagens e formatos de programa adotados pela emissora, estabelecem conexão com a cultura local, a partir da representatividade construída e da valorização dessa cultura, algo que se verifica na categorização. Não há aqui como comparar se antes da migração estas relações eram diferentes ou mais intensas, uma vez que não obtivemos a programação da AM, mas o que se observa é que, de alguma maneira, este elo ainda acontece. Porém, pelas mudanças feitas para a migração, apontadas pelo diretor da emissora, verifica-se, no programa analisado que a participação do público ficou reduzida a menções do locutor no programa, tendo pouca contribuição do ouvinte com o conteúdo. Antes o público falava mais ao vivo e por mais tempo, de acordo com o diretor.

Segue abaixo os resultados encontrados e as discussões feitas a partir do agrupamento dos dados em categorias e unidades temáticas. Todas elas estão correlacionadas, e a divisão foi feita para uma análise mais clara:

5.1 Temas do programa

O programa *A tarde é nossa*, do dia 01 de novembro de 2019, discutiu vários assuntos em torno do tema central que foi o retorno de uma turnê de uma cantora baiana no estado de Pernambuco:

a) Diversidade cultural: O tema da diversidade cultural aparece nos primeiros minutos do programa.

> A gente vê que você tá levando o nome de Santo Antônio de Jesus lá pra outro estado, né? Uma outra cultura também, é nordestino, mas tem as suas particularidades. A cultura do povo de Pernambuco... É uma ponte interessante ... esse encontro da nossa cultura baiana com a pernambucana... É uma troca. (Edilson)

De acordo com Arantes (1990) existem, realmente, diferenças em um mesmo grupo cultural. Ainda que, sem a teoria acadêmica, a artista discute a questão de um mesmo grupo de nordestinos apresentar diferenças culturais: "são nordestinos, mas diferentes em alguns aspectos". (Joyce)

b) Símbolos culturais: Essa é outra temática que perpassa o programa, que se relaciona com a cultura da região, referindo-se a uma série de símbolos que a representam. De acordo com Arantes (1990), elementos se tornam símbolos pelos sentidos dados por esta mesma cultura. A seguir alguns símbolos citados no programa:

Festa: A Festa de São João da cidade é apresentada como representativa da região e valorizada pelos interlocutores: "muitas pessoas disseram: Ah eu conheço a sua terra, por causa do São João (...) E aí ela [Cristina Amaral] fez aquele discurso, falou daqui de Santo Antônio de Jesus, falou do São João". (Joyce)

Artistas regionais: Um grande número de artistas – entre compositores, cantores, instrumentistas - regionais é citado durante o programa, sempre em tom de valorização.

> ...a Cristina Amaral é uma cantora assim....consagrada no cenário da música... nordestina ...a Nina Queró, que é amiga da Ivete, consagrada também lá...O Gustavo Travassos que é o cantor oficial do Galo da Madrugada[bloco carnavalesco de Pernambuco].(Joyce)

Com todas estas referências, o ouvinte consegue saber, ainda que superficialmente do trabalho de artistas de sua região.

O nordestino: Ainda nesta linha dos aspectos simbólicos, um que se destaca é nordestino, que no programa aparece não só como alguém que nasceu na região, mas como uma figura simbólica e representativa. Valoriza-se algumas de suas características.

> Nordestino tem muito valor, tem muita... Capacidade de criação, eu acho...(Edilson)
>
> Então...eu ia dizendo: Como é que o nordestino tem o poder de pegar, às vezes a dor, o sofrimento e transformar em poesia?..(Joyce)

O modo de ser, de viver e agir estão arraigados na cultura popular. Cada grupo, numa determinada região desenvolve formas de expressão e organiza símbolos de modo a torná-los significativos (Arantes, 1990). Os elementos aqui apresentados, fazem sentido para a cultura local. A presença deles no programa comunica que a emissora está interligada à cultura.

5.2 Linguagem

É analisada nas discussões no programa sobre diferenças de sotaque, jeito de falar do baiano e do pernambucano, e no uso de termos regionais pelos interlocutores. Verifica-se o uso da metalinguagem para valorização da linguagem regional, ou seja, o uso linguagem falar da linguagem, que é um elemento simbólico importante na constituição de uma cultura. Além de comentários sobre os sotaques baiano e pernambucano, algumas expressões usadas tanto pelo locutor quanto pela cantora, estabelecem uma identificação da cultura local com a rádio.

> Você acha o quê? Que a gente não tava fuçando a sua vida, não é? (Edilson);
>
> Não se avexe não! (Edilson);
>
> Oxente! (Joyce);
>
> Valeu! É a Pró[professora] Lu, né? (Joyce)

5.3 Formato de programa

O formato do programa é uma entrevista informal, intercalada com canções, onde a *artista* e a *música* estabelecem uma relação com a cultura porque ouvinte se sente representado e valorizado, ao ouvir (e assistir pelo *Facebook*) alguém da sua terra cantando músicas de sua região, na emissora. Vejamos aqui as funções da artista e da música no programa.

a) A artista: a cantora assume dois papeis na entrevista, manifestados pelas suas falas. Joyce França é uma cantora de forró local. Embora não seja conhecida em todo o Nordeste, para cidade, é uma representante da cultura e reconhece este papel. Isso fica claro em suas falas: "Porque, de qualquer forma, a gente leva o nome da cidade... a gente leva a Bahia, quando a gente vai, a gente leva tudo isso junto. " (*Joyce*). A representação da cultura aqui acontece de fato porque a artista está em seu" local de apresentação", está inserida no grupo que representa e é "signo" desta cultura (Arantes, 1990, p.19-20). O papel social da artista está interligado, ao papel cultural. Isso se percebe, por exemplo, quando ela toca em alguns temas sociais - como como o vazamento do óleo de um navio de petróleo em praias do Nordeste, fato que prejudicou não só o meio ambiente, mas a vida da população local e de outras partes do país. Vê-se aí uma representante da arte regional, também como cidadã:

> "Se o poder público não se pronúncia, o povo vai pra praia e tira o óleo na mão. Pra tirar, pra recolher... e a gente tem a certeza de que, disso tudo aí, algumas coisas surgirão, coisas boas surgirão pela música... (Joyce)

Joyce se refere ainda a sua participação num evento beneficente para ajudar crianças carentes e sugere, assim como o locutor, a ampliação deste evento:

> O interessante desse projeto, que eu fui cantar lá em Recife, é que é um projeto beneficente, que as pessoas abre (sic) mão do seu cachê, abre mão pra ajudar crianças carentes de cidades do sertão pernambucano..." (Joyce)
>
> Que possamos ter eventos como esse aqui em Santo Antônio. Não só em Santo Antônio, como na Bahia no geral, né? (Edilson)

Ambos fazem aqui um papel socializador, buscando a conscientização e integração das pessoas em favor de algo fora delas (Bosi, 1992).

b) A música: O programa faz muitas referências aos ritmos, canções e artistas regionais. O gênero musical divulgado neste programa é o forró, a especialidade da cantora, e representativo da música e da região: "Eu cheguei lá com esse repertório de forró das antigas porque lá rola muito forró, forró baião, né? .... e as pessoas aceitaram..".(Joyce).

A arte é significativa e traz em si uma série de sentidos que representam uma cultura (Arantes, 1990). Embora tenha entrado na cultura de massa, o forró é um gênero tradicionalmente ligado à cultura popular nordestina. Sua presença na emissora o torna ainda mais significativo porque é o seu ambiente natural.

6 Conclusão

A migração AM/FM, no Brasil, não é obrigatória mas parece ser inevitável para resolver questões técnicas e mercadológicas que inviabilizam hoje a escuta das rádios AM, principalmente nos grandes centros. Estar presente na FM é essencial para manter um bom número de ouvintes na rádio. Entretanto, o que se observa é que a migração vai além da troca de equipamentos e mudança na banda de veiculação do rádio. É um processo que envolve o modo de consumo, a história e a memória do meio, suas relações com a cultura em que está inserido, assim como o seu papel social.

A partir da análise da relação da Rádio Clube FM 92,7 de Santo Antônio de Jesus-BA com a cultura da sua região, verifica-se que tal elo se estabelece na representação que a emissora faz, em sua programação, desta mesma cultura. Representação esta que se dá na escolha de quem participa, na música que toca e na forma como o simbólico é apresentado. Além disso, com a temática escolhida para o programa e a forma como o assunto é abordado - tratando outros temas

que permeiam a cultura, e referências aos símbolos que fazem sentido para a audiência - a emissora valoriza a região, fazendo os ouvintes se sentirem representados como foi observado nas menções das participações destes. No programa e na rádio analisados, esse processo acontece desde a produção até a apresentação e posterior postagem nas mídias digitais. Sem o intuito de fazer generalizações, considerando o estudo realizado, pode-se afirmar que o rádio regional ainda é relevante para a sua cultura.

Referências

Adami, A. (2014). O Rádio com Sotaque Paulista: Pauliceia Radiofônica. São Paulo: Ed.

Mérito.

Arantes, A. (1990). O que é cultura popular? São Paulo: Brasiliense.

Bosi, A. (1992). Dialética da colonização. São Paulo: Companhia das Letras.

Burke, P., & Briggs A.(2006). Uma história Social da Mídia: De Gutenberg à Internet (2ª. ed.; M. C. P. Dias, Trad. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. (Trabalho original publicado em 2002).

Coutinho, E. G. (2020). Rádio regional: um patrimônio cultural imaterial e um lugar de memória. Revista Alterjor, 22(2), 102-125. https://doi.org/10.11606/issn.2176-1507.v22i2p102-125

Curado, C. C.(2015). Migração de rádios AM para FM: processos de preparação e perspectivas de mudança frente à convergência tecnológica. Monografia de Bacharelado em Comunicação Social, Universidade de Brasília. Brasília. Recuperado em 01 de novembro, 2019 de https://bdm.unb.br/bitstream/10483/12196/1/2015_CamilaCristinaCurado.pdf.

Farias, K.W.(2017). A programação no rádio AM + FM: especificidades de um meio em migração [Artigo]. In Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação 2017 .Curitiba. Recuperado em 20 julho, 2020, de https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0780-1.pdf.

Federico, M. B.(1982). História da Comunicação: radio e TV no Brasil. Petrópolis:Vozes.

Flores, J.(1994). Analisis de datos cualitativos: aplicaciones a la investigación educativa. Barcelona: PPU, 1994.

Ortriwano, G. S.(1985). A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus.

Medeiros, R., & Prata, N. (2019). Reverberações da migração AM - FM: sobre a função social do rádio local, desertos de notícia e zonas de silêncio. Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais, 1(3). Recuperado em 13 de agosto, 2020, de https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/296

Oliveira, E., & Monteiro, G. (2020). O Rádio Migrado no Amazonas: Um Estudo Sobre a Rádio Rio Mar no Cenário de Migração de Amplitude Modulada (AM) para Frequência Modulada (FM). In Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba. Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação 2017.Curitiba. Recuperado em 13 agosto, 2020, de https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2935-1.pdf

Televisión comunitaria en Uruguay. Experiencias, proyectos y condiciones de los movimientos sociales y comunitarios para su desarrollo.

Televisão comunitária no Uruguai. Experiências, projetos e condições de movimentos sociais e comunitários para seu desenvolvimento.

Community television in Uruguay. Experiences, projects and conditions of social and community movements for their development.

Nicolás Robledo Pisciottano [98]

Resumen: Este trabajo aborda las experiencias y proyectos, bastante acotados, de televisión comunitaria en Uruguay. Analiza sus condiciones y los desafíos para el efectivo desarrollo del sector, ahora en el marco de la digitalización.

Palabras Clave: *televisión comunitaria, movimientos sociales, medios comunitarios.*

Abstract: This work addresses the experiences and projects, quite limited, of community television in Uruguay. Analyze its conditions and the challenges for the effective development of the sector, now in the framework of digitalization.

Key words: Community television, social movements, community media.

Introducción

A pesar de que el avance de internet ha favorecido un acelerado crecimiento del uso y consumo de medios digitales y redes sociales, actualmente la televisión en Uruguay mantiene un lugar relevante, principalmente en materia informativa. Desde sus inicios han sido los operadores comerciales quienes construyeron la televisión de nuestro país, reproduciendo a

[98] Magíster. Universidad de la República, Uruguay, nicolas.robledo@cseam.udelar.edu.uy - nicolasrobledo27@gmail.com

través de la pantalla su mirada de la realidad. La televisión estatal nunca logró posicionarse a la par de los medios privados en niveles de audiencia o producción.

En cuanto a los movimientos y organizaciones sociales (sindicales, cooperativas, estudiantiles, entre otros), estos han priorizado otros medios y formas de comunicación. En lo audiovisual, existe actualmente un intento por explotar las posibilidades de las redes y medios digitales, pero han sido escasas las iniciativas que intentaron impulsar proyectos de televisión comunitaria; hoy, sin ejemplos vigentes. Solamente existieron dos iniciativas de canales comunitarios: una propuesta de aire con muy limitado alcance y que funcionó menos de un año; y un canal difundido a través una señal de televisión para abonados restringida a un nutrido complejo de viviendas; ambas con raíces en radios comunitarias. Pero además de estas experiencias, existió desde el movimiento sindical, el más importante movimiento social del país, el intento de construir su propio canal de televisión abierta. En 2005 el PIT-CNT (organización que nuclea a todos los sindicatos del país) presentó su primer proyecto de canal de televisión, sin llegar a concretarlo. Ya en 2013, nuevamente el PIT-CNT fue protagonista del último intento de poner al aire un canal comunitario, en esta oportunidad como resultado del despliegue de la televisión digital y el proceso de llamados abiertos realizados desde el Estado. Esta convocatoria fue criticada por algunos actores comunitarios, que entendieron que las exigencias finalmente plasmadas en sus bases no se correspondían con las características y necesidades del sector. De todas formas, el PIT-CNT obtuvo la autorización a prestar el servicio de radiodifusión comunitaria de televisión digital terrestre en la zona metropolitana. A pesar de ello, el canal digital del movimiento sindical (Mi Canal) solo estuvo al aire durante unas pocas horas.

En este contexto me propuse para la investigación analizar las condiciones para el desarrollo de la televisión comunitaria en Uruguay, considerando las políticas públicas y las experiencias y capacidades de los propios actores sociales y comunitarios. En este artículo en particular, buscaré repasar una parte de ese trabajo más amplio. Centraré aquí la mirada en las experiencias de televisión comunitaria en Uruguay, incluyendo el proyecto de canal del

movimiento sindical, que obtuvo autorización y no se concretó. De esta manera repasaré los principales aspectos de las propuestas comunitarias analizadas, en materia de contenidos, estructura y funcionamiento, considerando las vías de financiación. Esto nos acerca a identificar las condiciones y obstáculos que los propios movimientos sociales y comunitarios tienen para pensar en una posible televisión comunitaria en Uruguay.

Objetivos del estudio

Desde sus inicios, el proceso de digitalización alumbraba la promesa y oportunidad de concretar al menos algún canal abierto de televisión comunitaria. A partir de ello es que en un primer momento me propuse analizar las condiciones existentes para el desarrollo de televisión comunitaria. Transcurrido el tiempo, y durante el estudio, se terminó de dilucidar que efectivamente no se concretarían iniciativas, por lo que no existen hoy experiencias vigentes. A partir de eso nuestro análisis se centró en determinar las condiciones que finalmente desencadenaron que actualmente no existan experiencias de televisión comunitaria al aire. Para ello me propuse varios objetivos específicos. En primer lugar, reconstruir y sistematizar los antecedentes de televisión de movimientos y organizaciones sociales en nuestro país, recuperando la memoria de las experiencias de televisión comunitaria, por más breves que fuesen. Un segundo elemento central en la investigación fue analizar las políticas de comunicación y su incidencia en la promoción y desarrollo de propuestas comunitarias, reconociendo el rol que juega el Estado. En tercera instancia, un aspecto en el que enfocamos nuestra atención para el presente artículo, identificar y analizar las capacidades propias de los movimientos y organizaciones sociales para desarrollar televisión. De acuerdo con sus características, objetivos políticos, condiciones financieras y organizativas, así como sus capacidades técnicas y profesionales. También me propuse analizar los discursos y contenidos realizados o previstos, así como indagar en torno a las concepciones existentes de televisión comunitaria en los actores involucrados. Como último objetivo específico, me propuse identificar posibles acciones, tanto de los movimientos como de las políticas, que favorezcan el desarrollo de la televisión comunitaria.

Marco conceptual y bases para el estudio

Dentro del marco que guía el desarrollo analítico en cuestión, repasaré a continuación algunos conceptos que ayudan a reflejar el rol de los medios masivos, y la televisión en particular, en la sociedad capitalista hoy. Al mismo tiempo son la base para explicar y pensar el posible y necesario desarrollo de medios comunitarios.

Un primer aporte es tomado del británico Raymond Williams quien, desde los Estudios Culturales, retoma la obra del italiano Antonio Gramsci para valerse del concepto de hegemonía. Gramsci, partiendo de su perspectiva marxista, colocó en el centro de la mirada lo cultural e ideológico sin desconocer sus bases materiales. De este modo se refirió a la dominación ético-política que una clase o grupo puede ejercer sobre otros grupos considerando dos vías para alcanzarla, la hegemonía y el dominio. Williams, retomando lo expuesto por Gramsci recuerda que el dominio "se expresa en formas directamente políticas y en tiempos de crisis por medio de una coerción directa o efectiva" (Williams, 1980, p.129), al tiempo que la hegemonía es un complejo entrelazamiento de fuerzas políticas, sociales y culturales, o "las fuerzas activas sociales y culturales que constituyen sus elementos necesarios" (Williams, 1980, p.129). La hegemonía establece que más allá del sistema de valores y creencias particular, toda sociedad bajo la dominación de un sector o clase social, vive, se desarrolla y organiza a partir de las significaciones, creencias y valores de esa clase o grupo dominante. De esta forma se construye el consenso que naturaliza y legitima la dominación de unos sobre otros, de forma que los subordinados sean parte de este mecanismo de direccionamiento cultural, moral e ideológico. Asimismo, la hegemonía debe entenderse como un proceso que no se expresa en un dominio absoluto, sino que existen resistencias y fuerzas desafiantes que pueden enfrentarla y limitarla, dando lugar también a considerar, intrínsecamente, la idea de lo contrahegemónico o alternativo. De este modo lo hegemónico para sostenerse busca renovarse, muta y se adapta a partir de los desafíos y oposiciones que se le presentan, sirviéndose de las distintas instituciones para la construcción y difusión de valores, marcos morales y culturales que garanticen su supremacía. Del mismo modo, la construcción de alternativas y otras formas de entender el mundo, también deben

construirse a través de estas. De allí el desafío de construir medios comunitarios que podrían ser portavoces emergentes, al considerar a los sistemas y medios de comunicación, donde la televisión es aún un actor principal, como instituciones que intervienen en la construcción de lo hegemónico.

Dênis de Moraes (2010) también parte desde una mirada gramsciana en torno a la hegemonía, la cual torna central para pensar la comunicación y los medios, y así "revelar los juegos de consenso y disenso que atraviesan y condicionan la producción simbólica en los medios de comunicación, interfiriendo en la conformación del imaginario social y en las disputas de sentido y de poder en la contemporaneidad" (de Moraes, 2010, p.54, trad. propia). Al igual que partidos políticos, sindicatos, religión y sistema educativo, entre otros, los sistemas y medios de comunicación actúan en lo que Gramsci entiende como sociedad civil, campo de lucha de clases, construyendo y difundiendo formas de entender el mundo, creencias y valores, ideologías. De este modo los medios son definidos como aparatos privados de hegemonía, a través de los cuales la cultura dominante de turno construye los consensos necesarios para legitimarse y sostener su hegemonía sobre otras clases o grupos. Pero al mismo tiempo, pueden ser medios para que lo subalterno ensaye la expansión y expresión de sus propios sentidos y formas de entender el mundo.

Por otra parte, también para este estudio buscamos conceptos que ayudaran al análisis de las prácticas comunicativas observadas. En este sentido, se puede destacar la idea de "comunitario" (Kaplún, 2007) que permite referenciar de forma amplia a experiencias y actores diversos que no responden ni al Estado, ni al mercado. En cuanto a lo "popular" (Peruzzo, 1998) en las experiencias, es necesario desentrañarlo en cada caso para determinar su alcance y afinar la mirada, si bien su uso puede ayudar a colocar en el centro de la definición a los sujetos populares, cuando a ellos y sus intereses se refiere. Probablemente las definiciones de lo "alternativo" (Barranquero, 2010; Ammann y Da Porta, 2008) y "radical" (Downing, 2004) sean las que mejor intervienen para dar cuenta de este fenómeno, en este marco que parte del concepto gramsciano de hegemonía. Estos conceptos acercan elementos que aportan al

análisis de las experiencias estudiadas en las diversas dimensiones de una expresión comunicacional, dando cuenta de su heterogeneidad y la coexistencia de distintos niveles y alcances de lo alternativo, radical, popular o comunitario. Ya sea en el carácter de su propiedad, en su forma de organización y estructura, en sus discursos y contenidos, o en sus modelos de comunicación.

Estrategia y metodología de investigación

Para abordar los problemas y objetivos propuestos busqué conocer en profundidad las experiencias estudiadas, los distintos proyectos comunicacionales, sus organizaciones y movimientos, así como comprender y analizar las políticas impulsadas y los actores involucrados en su concreción. Desde una perspectiva cualitativa que se apoya en la percepción y construcción subjetiva del mundo social, como sostiene Miguel Beltrán "... quien mide, comprende, describe o explica lo hace necesariamente, lo sepa o no, le guste o no, desde posiciones que no tienen nada de neutras" (Beltrán, 1985, p.8).

Al momento de definir a los sujetos a incluir en el presente estudio consideramos a colectivos, organizaciones y movimientos sociales que han buscado y/o buscan generar propuestas televisivas comunitarias. En este sentido ubicamos tres tipos de iniciativas a considerar: en primer lugar tomamos los casos de canales de televisión comunitaria que efectivamente emitieron su señal logrando estar al aire; en segundo término, proyectos de canales comunitarios que no lograron transmitir, pero oportunamente mostraron un importante grado de viabilidad y significaron apuestas importantes desde actores sociales relevantes; y por último iniciativas más puntuales, que no se propusieron un canal, pero sí un programa de televisión o la producción de televisión comunitaria, sin canal propio, generados desde organizaciones o colectivos sociales.

Basado en métodos cualitativos, donde la entrevista en profundidad tuvo un lugar importante, dirigida a integrantes de las experiencias relevadas y representantes de instituciones u organizaciones relacionadas al tema. Sumado a esto hice la necesaria revisión bibliográfica, el análisis de documentos de los proyectos de TV comunitaria, legislación vigente, la búsqueda hemerográfica que resultó en diversos contenidos publicados a través de diversos

medios, así como una aproximación a las realizaciones audiovisuales de los casos considerados.

Las experiencias

Los casos estudiados son diversos pero coinciden en que ya no están al aire ni se han logrado sostener por otros medios. En el barrio Colón de Montevideo, entre los años 2003 y 2007 se desarrolló América 3, canal de televisión por cable que funcionó exclusivamente dentro de un nutrido complejo habitacional, gestionado por los propios vecinos. Cerca de allí funcionó Canal 2 TV Comunitaria, surgido del colectivo de la radio comunitaria La Voz FM en el barrio Lezica. Este canal se mantuvo transmitiendo durante algunos meses entre los años 2006 y 2007, sin licencia, ni autorización del Estado. El movimiento sindical (PIT-CNT) es el protagonista del último intento de poner al aire un canal comunitario, resultado de la digitalización y el proceso de llamados abiertos realizados por el gobierno nacional, fue adjudicatario de un canal digital en 2013 que solo estuvo al aire durante unas pocas horas de manera puntual el 1 de mayo de 2016. Por otra parte, sin ser ni proponerse un canal de televisión, existieron otras propuestas alternativas valiosas desde las organizaciones y movimientos sociales. La propuesta del Proyecto Árbol Televisión Participativa, entre 2003 y 2018 generó un espacio donde los más diversos colectivos y comunidades se formaban y participaban en un espacio audiovisual que permitía su difusión por televisión a través de un programa propio en el canal municipal de Montevideo. También sin canal propio, pero sí con programa propio, el Sindicato Único de la Construcción y Anexos (SUNCA) desarrolló en 2013 y 2014 su programa “Replanteo TV. Construyendo comunicación desde los trabajadores”. La propuesta fue transmitida a través de televisión para abonados llegando a todo el país.

El análisis

A partir del estudio de las experiencias un primer aspecto a señalar es que se evidencian las diferentes formas de organizarse para la realización de contenidos a partir de los objetivos y colectivos particulares. Por un lado quienes apuestan a estructuras más profesionales en su forma y sus herramientas, pero limitados a responder por algún producto particular, por su costo y trabajo necesario. Por otro, quienes con estructuras y funcionamientos más

colectivos y militantes, que si bien se podían sostener durante un tiempo, lograban productos más artesanales y de menor calidad técnica. Si bien en los últimos años el acceso a nuevas tecnologías puede facilitar la realización de productos audiovisuales, tampoco se ha desarrollado en gran medida y esta falta de acumulado es central. La escasa experiencia práctica y concreta por parte de las organizaciones sociales es uno de los principales obstáculos.

Es claro que existen marcadas diferencias entre algunas organizaciones o experiencias, que las ubican con condiciones dispares al momento de analizar su posible desarrollo. De este modo podemos considerar, por un lado al movimiento sindical, identificado con la propuesta de Mi Canal y Replanteo TV del SUNCA, y por otro a los colectivos y medios comunitarios identificados con el sector más tradicional de las radios comunitarias, donde ubicamos a Canal 2, América 3, e incluso Proyecto Árbol.

En el canal sindical, a pesar de los discursos y papeles, por la ausencia de discusión y no concreción efectiva de la propuesta, la falta de decisión política fue clara y determinante. A sus propias dudas en cuánto a la sustentabilidad del proyecto, y el riesgo y responsabilidad de invertir los recursos económicos necesarios, se sumaron las dudas y vaivenes en las políticas, que terminaron de desestimular la iniciativa. Por el lado de las organizaciones y colectivos comunitarios menores, si bien recogen el valor de la oportunidad y le daban un sentido político claro al desarrollo de la televisión comunitaria, esto ya no es una prioridad ni está en su horizonte, canalizando su vocación comunicacional por otros medios como las radios.

En cuanto a lo financiero, una de las principales dificultades que aparece, además de los escasos recursos con que cuentan en general las organizaciones, se suma que a dichas iniciativas se supone las guían otros parámetros que se alejan de criterios comerciales, por lo que una de las posibles vías, la publicidad, parece difícil que sea una respuesta. Para los pequeños colectivos o experiencias comunitarias, si no hay recursos propios suficientes, si no es posible o no desean recostarse en un financiamiento privado comercial, entonces el Estado aparece como una alternativa, casi excluyente. Sin embargo, al mismo tiempo está presente que la dependencia de dineros

públicos para existir es un problema para la autonomía de las propuestas. En suma, quienes en su momento se buscaron sostener de manera autónoma a base de trabajo militante, hayan durado más o menos en el tiempo, terminaron por caer. Quienes dependían de la financiación del Estado para producir y emitir sus contenidos, de acuerdo a las políticas y políticos de turno, podían estar o no en la pantalla. Quienes contaban con los recursos necesarios, dependieron de su inversión y decisión política para ver hasta donde llegar; algunos se mantuvieron un tiempo y otros nunca se arriesgaron.

Por otra parte, aproximándonos a lo que fue y podría ser su producción de contenidos, se encuentran variantes interesantes entre las diferentes iniciativas. De manera sintética puedo señalar que hay propuestas que buscan formas y contenidos nuevos o propios, donde los integrantes de la propia comunidad, del barrio, los trabajadores y trabajadoras, son protagonistas en propuestas con estéticas, formatos o discursos que buscan su propia identidad. En otros casos se mantienen formatos recurrentes pero incorporan contenidos, voces e información nueva o propia. Pero también existen programas que repiten o imitan lo que los medios comerciales muestran en forma y contenidos, cambiando la cara o voz protagonista. En estos intentos de construir nuevas miradas comunitarias, se evidencian las dificultades de poder construir un discurso propio, una forma de decir que sea comunitaria, alternativa, sin reproducir y alimentar la cultura dominante, pero que al mismo tiempo sea atractiva dentro de la oferta mediática.

Pero además de encontrar distintos niveles de alternatividad en los discursos mediáticos
propuestos, también en la forma de gestión y organización de los canales encontramos variables. Con iniciativas que buscan en esta dimensión acercarse a un modelo de autogestión, donde se proponen una política prefigurativa, y otros proyectos que reproducen parte del esquema de organización privado comercial introduciendo características del modelo leninista que propone Downing (2004) para los medios radicales.

El escenario actual parece incambiado. Los movimientos y organizaciones sociales no cuentan hoy con las condiciones para desarrollar una señal alternativa de

televisión comunitaria. Las políticas quedan a mitad de camino, legitimando y legalizando, pero con exigencias desmedidas y sin impulso al sector en la medida necesaria. Los sectores organizados o no cuentan con los recursos y herramientas necesarias o no parecen apropiarse definitivamente de la necesidad de generar sus propias alternativas mediáticas de televisión. Como señala Jesús Martín Barbero en cuanto a la relevancia que tienen las políticas al determinar las posibilidades para el acceso y uso de los medios, que condicionan los discursos y sentidos que se ponen en juego:

> "Una de las formas hoy más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúa justamente ahí, en la desposesión del derecho a ser visto y oído, ya que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como el colectivo, en el de las mayorías como de las minorías" (Martín Barbero, 2001, p.78).

Bibliografía

Ammann, A. y Da Porta, E. (2008). La producción mediática alternativa: condiciones de posibilidad en la trama discursiva contemporánea. En Ammann, A. y Da Porta, E. (comp.) Rutas alternativas de la Comunicación. Procesos de significación social, ideología y poder (pp.13-24). Córdoba, Argentina: Ferreyra Editor.

Barranquero, A. (2010). Problematizar la comunicación alternativa. Dificultades conceptuales, potencialidades críticas. En Pestano, J., Toledano, S., Ardèvol, A., Hernández, C. (comp.) La Comunicación Social, en estado crítico. Entre el mercado y la comunicación para la libertad: actas del II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, diciembre 2010. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas_2010/054_Barranquero.pdf

Beltrán, M. (1985). Cinco vías de acceso a la realidad social. En Revista Española de Investigaciones Sociológicas, No29, (pp.7-41). Recuperado de http://www.reis.cis.es/REIS/jsp/REIS.jsp?opcion=revistas&numero=29.

Downing, J. (2004). Mídia radical. Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac.

Kaplún, G. (2007). La comunicación comunitaria en América Latina. En Fundación Telefónica, Tendencias'07. Medios de

Comunicación. El escenario iberoamericano. Barcelona: Editorial Ariel.

Martín Barbero, J. (2001). De las políticas de comunicación a la reimaginación de la política. Revista Nueva Sociedad, No 175, Caracas.

Peruzzo, C. (1998). Comunicacao nos Movimentos Populares. A participacao na construcao da cidadania. Petrópolis: Vozes.

Williams, R. (1980). Marxismo y literatura. Barcelona: Península.

¿Quo vadis, televisión comunitaria? La transformación de esta TV de proximidad de Colombia en las presidencias de Uribe (2002-2010), Santos (2010-2018) y Duque (2018…)

Quo vadis, televisão comunitária? A transformação dessa TV de proximidade da Colômbia nas presidências de Uribe (2002-2010), Santos (2010-2018) e Duque (2018 ...)

Quo vadis, community television? The transformation of this TV of proximity from Colombia in the presidencies of Uribe (2002-2010), Santos (2010-2018) and Duque (2018..,)

Lizandro Angulo Rincón[99]

Introducción

El modelo colombiano de televisión comunitaria ha sido reconocido internacionalmente por su carácter pluralista, capaz de incentivar la cooperación comunal para la fundación de un medio propio en el que las personas desarrollan competencias organizacionales (administración de un sistema audiovisual) y comunicativas (producir y evaluar programas de TV con una orientación educativa y cultural).

Pese a estas virtudes, estos sistemas han venido en franco descenso cuantitativo en los últimos cinco años, al pasar de 771 en el 2014 a 331 a 24 de julio de 2019, es decir, una reducción del 52%. ¿Qué puede estar pasando para que las comunidades organizadas de sus respectivos municipios abandonen estas experiencias mediáticas? ¿La normativa colombiana puede estar incidiendo en el funcionamiento y sostenimiento de la televisión comunitaria? ¿Cuál es su porvenir en el mediano y largo plazo?

[99] Universidad del Tolima, Colombia.

Esta investigación, justamente, se detiene en el análisis de la legislación audiovisual que ha reglamentado a este medio de comunicación durante las presidencias de Álvaro Uribe Vélez (2002-2010), Juan Manuel Santos Calderón (2010-2018) y la actual de Iván Duque Márquez (2018...), con el fin de determinar las causas de su declive y vislumbrar su escenario futuro. Este trabajo se complementa con el estudio de la Sentencia del Consejo de Estado y el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos, en las que se dedican unos comentarios a la cobertura de la televisión comunitaria, con la investigación de la Fundación para la Libertad de Prensa (Flip) sobre el estado de la información local, regional y nacional y los Acuerdos de La Habana en los que subraya el papel de los medios comunitarios en el postconflicto.

La televisión comunitaria de Colombia

Las primeras experiencias en Colombia surgen en los 80, particularmente con TV Suesca "Nuestra Identidad", a causa de fenómenos del orden tecnológico, legal, educativo y sociológico. En el orden tecnológico, se produce la popularización mundial del satélite para la transmisión de información y la disminución de los costos de los equipos para la producción de video. En el orden sociológico y comunicativo, los canales surgen como (1) espacios para la expresión de las comunidades; (2) en respuesta al desgaste de la televisión estatal que no muestra las realidades de las pequeñas poblaciones; (4) una oportunidad política y económica, para que los dirigentes hagan proselitismo político y los empresarios se lucren con la oferta de canales internacionales a bajo costo y (5) una opción de empleo para los estudiantes de periodismo y comunicación. En el orden legal, porque el país afronta procesos de descentralización administrativa que datan de los años 80 y la promulgación de la Constitución Política de 1991, con la que se autoriza a las personas no sólo a recibir información sino a producirla (Artículo 20) (Congreso de la República de Colombia, 1991).

El modelo colombiano es autosostenible, puesto que una comunidad organizada que crea su medio comunitario en el sistema cerrado puede ofertar a los asociados (televidentes) canales incidentales o gratuitos, codificados (los que pagan derechos de autor) y el canal comunitario por el que se emiten contenidos educativos y culturales.

A cambio, el asociado paga mensualmente una cuota mensual o bimestral por el servicio de televisión comunitaria, muy inferior a la que se paga por la televisión por suscripción. También se puede financiar con la venta de publicidad y del servicio de internet. Otra ventaja es que, al recibir dinero por la comunidad, se garantiza el sostenimiento de una nómina de productores, técnicos y empleados y mayor independencia de los periodistas para informar, ya que no dependen totalmente de la pauta publicitaria ni de subsidios del Estado.

Preguntas de investigación

Las preguntas que orientan esta investigación son las siguientes:

¿Qué norma reguladora del mercado audiovisual propicia el declive cuantitativo de las televisiones comunitarias de Colombia? ¿Qué incidencia tiene el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos en el funcionamiento y sostenimiento de estos medios comunitarios?

¿Qué ocurre con las televisiones comunitarias con la legislación audiovisual promulgada durante la presidencia de Álvaro Uribe Vélez? ¿Hay un desarrollo del modelo en este periodo comprendido entre el 2002 y el 2010?

¿Qué ocurre con las televisiones comunitarias con la legislación audiovisual promulgada durante la presidencia de Juan Manuel Santos Calderón? ¿Las normas son coherentes con los Acuerdos de Paz de La Habana y las necesidades informativas del país?

¿Qué ocurre con las televisiones comunitarias con la reciente legislación de Tecnologías de la Información y la Comunicación promulgada durante la presidencia de Iván Duque Márquez? ¿Cuál es el futuro de la televisión comunitaria de Colombia?

Metodología

Esta investigación se realiza mediante un enfoque cualitativo. Según Jensen (2014), estos estudios se enfocan en el significado, contextos naturalistas y sujetos interpretativos. En el significado, puesto que las personas interpretan su vida, acciones y productos, muchas veces a través del crisol de las tecnologías de la información y la comunicación como algo inherentemente relevante. En tanto que los investigadores, a su vez, interpretan las percepciones que tienen las personas de sus experiencias y comunicaciones. En contextos naturalistas, puesto que considera lugares en los que pueden encontrarse y examinarse

fenómenos comunicativos particulares. En sujetos interpretativos, en tanto que la investigación científica se lleva a cabo por seres humanos en calidad de actores que interpretan su realidad y la de los demás.

La perspectiva elegida de análisis es la histórica, entendida como la investigación que tiene en cuenta los fenómenos comunicativos de la sociedad en el presente y sus antecedentes, con un hacerse histórico, con un antes que los causa y un futuro por venir en etapa de construcción (García, María del Carmen y Berganza, 2005).

Ilustración 1. Línea de tiempo de la TV comunitaria en las presidencias de Uribe, Santos y Duque. Fuente: elaboración propia

Métodos

El método empleado es la investigación documental, el cual consiste en la revisión de información numérica y no numérica de manera cuidadosa y sistemática a fin de contextualizar un fenómeno y estar al día con lo que circula en torno al tema que se estudia (Toro y Parra, 2010). El término documento se entiende en sentido amplio al abarcar audiovisuales, entrevistas, normas legales, memorias, anuarios e informes, elaborados por otros en un ambiente naturalista.

Usualmente para la labor de interpretación de estos documentos cualitativos se requiere del concurso de otra técnica como el análisis crítico del discurso que, de acuerdo con Neuendorf (2002),

expone cómo un tema se vincula con las ideologías y motivaciones del creador del texto y con las instituciones a las que pertenece. También se circunscribe al estudio de mensajes que pueden ser equivocados o injustos.

Los materiales aquí revisados se constituyen en una muestra diversa (Hernández, Roberto; Fernández, Carlos y Baptista, 2014) porque estudia distintas perspectivas y representa la complejidad de un suceso como lo es la transformación de la televisión comunitaria de Colombia desde la presidencia de Álvaro Uribe Vélez (2002-2010), Juan Manuel Santos Calderón (2010-2018) e Iván Duque Márquez (2018...). Los documentos que se examinan son:

Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos, *TLC* (Mincomercio de Colombia, 2006), legislación comercial aprobada en el 2007 por el gobierno colombiano de Uribe Vélez y puesta en marcha en el 2012 por el presidente Santos Calderón.

Acuerdo 009 de 2006 de la Autoridad Nacional de Televisión (Autoridad Nacional de Televisión, 2006), bajo el gobierno de Uribe Vélez, por medio del cual se regula el servicio de televisión comunitaria.

Sentencia del Consejo de Estado del 2 de marzo de 2001 y dentro del proceso nº 11001-03-24-000-1999-5907-01 (5907) (Consejo de Estado, 2001), normativa audiovisual, referida a la cobertura de la televisión comunitaria de Colombia.

Resolución 433 de 2013 de la Autoridad Nacional de Televisión (Autoridad Nacional de Televisión, 2013), bajo el mandato de Santos Calderón, por medio del cual se regula el servicio de televisión comunitaria.

Informe del centro de estudios de la Fundación para la Libertad de Prensa del año 2017 (Fundación para la Libertad de Prensa, 2017), sobre el déficit de información local en el territorio colombiano.

Resolución 650 de junio de 2018 de la Autoridad Nacional de Televisión (Autoridad Nacional de Televisión, 2018b), bajo el mandato de Santos Calderón, por medio de la cual se regula la televisión comunitaria.

Acuerdo de Paz de La Habana de noviembre de 2016 (Oficina del Alto comisionado para la Paz, 2016), suscrito entre el gobierno colombiano y la guerrilla de las Farc-ep. Normativa sobre postconflicto, en la que se incluye el rol de los medios de comunicación en el proceso. Gobierno de Santos Calderón.

Ley 1978 del 25 de julio de 2019 (Presidencia de la República, 2019), bajo el gobierno de Duque Márquez, por medio de la cual se moderniza el sector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, y el documento *El futuro digital es de todos* del Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación de Colombia (MinTic Colombia, 2018), en el que se describen los alcances de la Ley 1978 de julio de 2019.

Directorios de la televisión comunitaria, local y por suscripción de Colombia a julio de 2019 (Autoridad Nacional de Televisión, 2019), elaborado por la ANTV. *Registro del número de asociados de la TV comunitaria y de suscriptores de la TV por suscripción* (ANTV, 2019).

Resultados

Resultados de la investigación documental

La Sentencia del Consejo de Estado del 2 de marzo de 2001 (Consejo de Estado, 2001) ratifica lo expuesto en el Acuerdo 009 del 5 de octubre de 1999[100], en el sentido de limitar a 6.000 asociados la cobertura de la televisión comunitaria. La norma aduce que el ámbito geográfico es importante para (1) evitar "prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético" como lo advierten los artículos 75 y 76 de la Constitución Nacional y (2) proteger el propósito de la televisión comunitaria, esto es, "alcanzar fines cívicos, recreativos, culturales o institucionales", porque, de no hacerlo, este servicio "podría extenderse a otros sectores que no tienen las mismas necesidades y objetivos, desnaturalizándose la finalidad del mismo".

La sentencia es polémica porque deja dos interrogantes para la reflexión: ¿se puede hablar de prácticas monopolísticas de una comunidad organizada, propietaria de un medio comunitario sin ánimo de lucro, que lleva canales codificados, incidentales (de recepción gratuita) y comunitarios a bajo costo, cuando tiene que competir con televisiones por suscripción –y ahora por internet- que operan en superiores condiciones comparativas y competitivas? Adicionalmente, ¿se puede considerar un argumento válido señalar que para proteger los "fines cívicos, cooperativos, solidarios, académicos, ecológicos, educativos, recreativos, culturales o institucionales", de la TV comunitaria se tiene que restringir su

[100] La televisión comunitaria de Colombia se rigió en sus inicios mediante los Acuerdos 029 del 19 de diciembre de 1997 y el 006 de 1999, los cuales no son objeto de estudio en este artículo de investigación.

cobertura? Cabe anotar que tales fines tienen un carácter universal y, por tanto, no riñen con otros sectores de más ingresos económicos, verbigracia.

Esta Sentencia es fundamental para comprender la transformación de la televisión comunitaria en los periodos presidenciales citados, debido a que los asociados que no pueden captar el sistema comunitario tendrían que migrar a la televisión por suscripción o por internet, si cuentan con el dinero para ello.

La televisión comunitaria en la presidencia de Álvaro Uribe Vélez (2002-2010)

La expedición del Acuerdo 09 de 2006 de la Comisión Nacional de Televisión[101] coincide con la presidencia de Uribe Vélez. La norma crea las bases para que la televisión comunitaria pueda funcionar y sostenerse con los dineros pagados por los asociados y por la pauta comercial. De hecho, en el año 2007 el número de licencias activas fue de 714, distribuidas por todo el territorio nacional, lo que significa un avance en el desarrollo de empresas de medios comunitarios en el país. Ello fue posible porque establece disposiciones claras en términos de cobertura, distribución de canales codificados, pagos por compensación a la CNTV para subsidiar la televisión pública de Colombia, producción propia de contenidos y otorgamiento de licencia única.

En *cobertura*, el operador comunitario puede tener, como máximo, 15 mil asociados, pese a que la Sentencia del Consejo de Estado la reduce a 6.000. No obstante, la antigua Comisión Nacional de Televisión aprueba el tope de 15.000 si es para cumplir fines sociales, comunitarios o de interés público (Artículo 11). En *distribución de canales codificados*, la comunidad organizada puede ofertar hasta siete (7) señales codificadas, es decir, las que pagan derechos de autor, siempre que cumpla con el tiempo mínimo de producción propia (Artículo 7). Asimismo, podrán recibir señales incidentales porque son libres, toda vez que se destinen al disfrute privado y a fines sociales y comunitarios (punto 4 del Artículo 6). En *pagos por compensación*, la televisión comunitaria paga el 7% de los ingresos brutos mensuales, incluidos los

[101] La Comisión Nacional de Televisión fue el primer organismo autónomo, respaldado por la Constitución de 1991, encargado de regular el servicio de televisión en el país. En el 2012 se liquidó, para dar paso a la Autoridad Nacional de Televisión que estuvo vigente hasta el 2019, cuando el gobierno de Duque decide liquidarla y dejar como único ente regulador a la Comisión de Regulación de las Comunicaciones.

aportes de los asociados (pagos por concepto de compensación), en razón de un 1% por cada canal codificado que emita. Si no emiten canales codificados, en todo caso deben pagar el 1% de los aportes de los asociados (Artículo 14). En *contenidos propios* (programación), las comunidades organizadas con una cobertura reportada a la CNTV inferior o igual a 2.000 asociados, deben producir 1 hora semanal; las que tengan una cobertura mayor a 2.000 asociados y hasta 8.000 asociados, 2 horas semanales de producción propia y media hora semanal adicional por cada señal codificada que emita y las de una cobertura mayor a 8.000 usuarios, 2 horas semanales de producción propia, una hora adicional por cada mil usuarios y media hora semanal adicional por cada señal codificada que emita, hasta un total de 10,5 horas semanales (Artículo 17). En *otorgamiento de la licencia*, la CNTV prevé un permiso de operación único indefinido, es decir, una concesión nunca caducable.

Estas condiciones para operar, tropiezan con la aprobación del Tratado de Libre Comercio en el 2007 entre Colombia y Estados Unidos, pues el documento que establece la alianza comercial contempla que:

> Los servicios de televisión comunitaria sólo pueden ser prestados por comunidades organizadas y legalmente constituidas en Colombia como fundaciones, cooperativas, asociaciones o corporaciones regidas por el derecho civil. Para mayor certeza, estos servicios presentan restricciones respecto al área de cubrimiento, número y tipo de canales; pueden ser ofrecidos a no más de 6.000 asociados o miembros comunitarios; y deben ser ofrecidos bajo la modalidad de canales de acceso local de redes cerrados (Adenda I,I-COL-25 del TLC) (Mincomercio de Colombia, 2006).

Es decir, el TLC adopta lo prescrito por la Sentencia del Consejo de Estado en la que pone tope a los asociados (6.000) para supuestamente evitar prácticas monopolísticas, y que los fines de la televisión comunitaria choquen contra la de otros sectores poblaciones. Cabe aclarar que el TLC empieza a ejecutarse cinco años después, esto es, en el 2012.

<u>La televisión comunitaria en la presidencia de Juan Manuel Santos Calderón (2010-2018)</u>

La televisión comunitaria en la presidencia de Santos Calderón está marcada por la aplicación del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y Estados Unidos y la Resolución 433 de 2013,

normas que inician el declive de los sistemas comunitarios en todo el país. En efecto, en *cobertura*, el operador comunitario sólo puede tener como máximo 6.000 asociados (Artículo 10) para dar cumplimiento a lo pactado en el TLC. Es decir, le arrebata 9000 asociados puesto que el Acuerdo 009 d 2006 permitía el ingreso de 15.000. Pero no es la única disposición que afecta su funcionamiento y sostenimiento.

En la *distribución de señales codificadas*, se mantiene el número de siete (7), Sin embargo, ese número se puede ampliar sólo si son canales temáticos nacionales que produzcan y transmitan contenidos desde el territorio nacional, con previa autorización de la ANTV (Artículo 15). Así las cosas, no se pueden ofertar más canales codificados internacionales, de modo que el operador comunitario pueda competir con la oferta indefinida de la televisión por suscripción.

En *pagos por compensación*, sin duda que asesta un duro golpe a la financiación de los sistemas comunitarios, pues deben pagar a la ANTV una compensación por la explotación del servicio público de televisión, la cual será el resultado de multiplicar el número total de asociados al mes por el Valor de Compensación por Asociado al Mes. Para determinar el Valor de Compensación por Asociado al Mes, los licenciatarios de TV comunitaria deben ubicar el rango de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) en el que se encuentra el municipio (Artículo 12). En otras palabras, las comunidades organizadas pagarán más a la ANTV que cuando lo hacían a la desparecida CNTV mediante el abono del 1% por canal codificado ofertado.

En *contenidos propios* (programación), deben producir mínimo cinco (5) horas de producción propia semanal desde el inicio de operaciones y hasta un (1) año después. A partir del segundo año de operación de los nuevos licenciatarios, y para los licenciatarios habilitados antes de la entrada en vigencia de la presente resolución, se debe aumentar la producción propia en mínimo cinco (5) horas de producción propia de lunes a viernes, y dos (2) horas de producción propia los sábados y los domingos, con el fin de completar un mínimo de nueve (9) horas semanales. La coproducción sólo puede alcanzar hasta el 50% de la programación y es obligatorio destinar dos horas para la producción independiente de sus asociados (Artículo 16). El error de esta decisión estriba en que estandariza la producción propia, sin tener en cuenta el número de habitantes de un

municipio. No se puede pedir cinco horas de producción semanal a un municipio de 3000 habitantes que a uno de 150.000, pues este último cuenta con más recursos humanos, financieros, logísticos, así como con más actividad política, económica y cultural.

La vigencia de la Resolución 433 de 2013 tuvo como consecuencia el declive cuantitativo de la TV comunitaria en el país, como se muestra en esta ilustración. De igual manera, se expone el comportamiento de las televisiones locales sin ánimo de lucro y por suscripción.

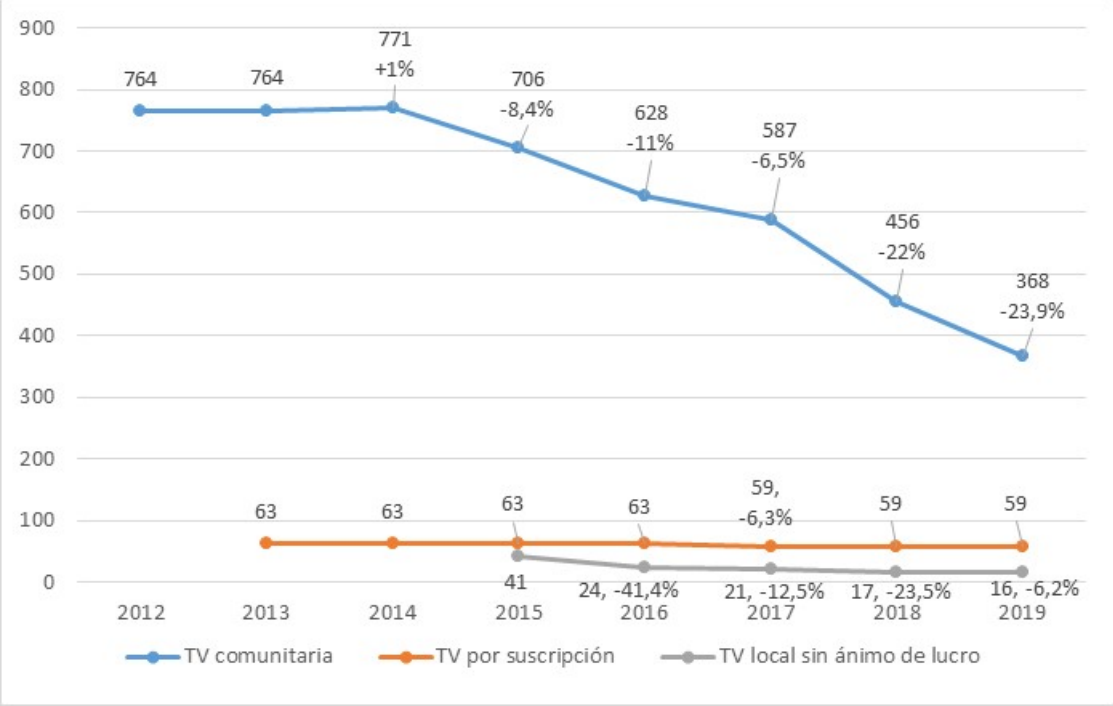


Ilustración 2. Declive cuantitativo de las TV comunitarias de Colombia. Fuente: elaboración propia a partir de los directorios de la ANTV

En efecto, entre los años 2014 y 2015 el número de sistemas comunitarios empieza a disminuir en un 8,4%. De ahí en adelante, la reducción es vertiginosa hasta el punto de que en el periodo comprendido entre 2014 y a julio de 2019 el acumulado es del 52%, es decir, un poco más de la mitad de estas televisiones ha desparecido. Una circunstancia parecida a la de los sistemas comunitarios acontece con la TV local sin ánimo de lucro, perteneciente a la modalidad de señal abierta, la cual ha venido

disminuyéndose cuantitativamente al pasar de 41 en el 2015 a 16 en el 2019. En otras palabras, el 60% ya no existe en el espectro electromagnético del Estado. Mientras eso ocurre, el número de televisiones por suscripción se ha mantenido prácticamente estable, puesto que sólo cuatro de ellas han dejado de funcionar entre los años 2016 y 2017.

Otro dato relevante es el referente al crecimiento sostenido de la cantidad de suscriptores de la televisión por suscripción desde el año 2012 hasta mayo de 2019, mientras que los asociados de la televisión comunitaria van en franco descenso en el mismo periodo, debido a la normativa audiovisual comunitaria, especialmente la Resolución 433 la cual ha provocado un decrecimiento de operadores y, en consecuencia, una disminución acumulada del 54,3% número de asociados en los siete años analizados (ver ilustración 3). Es probable que muchos de ellos hayan sido captados por los operadores por suscripción, los cuales han visto que en los mismos siete años el crecimiento acumulado de suscriptores ha sido del 37,8%.

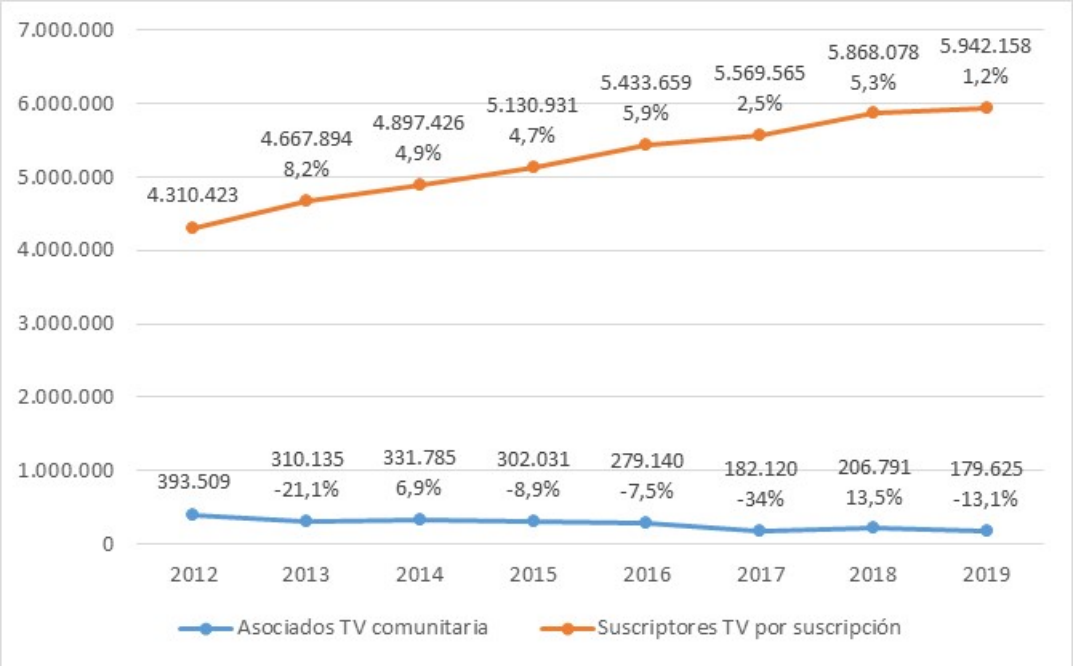


Ilustración 3. Número de asociados de la televisión comunitaria y la televisión por suscripción[102]. Fuente: elaboración propia a partir de los reportes de la ANTV

[102] No se contempla la televisión local porque la distribución de su señal es abierta.

El déficit de información local diagnosticado por el Centro de Investigación de la Fundación para la Libertad de Prensa (Flip) en el 2017 puede estar vinculado con la eliminación de algunas televisiones comunitarias y locales en los departamentos de Colombia (ver tabla 1). Este fenómeno se entiende como la ausencia de información o de medios de comunicación locales, lo cual atenta contra la cultura democrática porque los ciudadanos no tienen la posibilidad de conocer su entorno más cercano ni de tener un canal para expresarse libremente sobre la vida política, cultural y económica de su lugar de residencia.

Departamento	Nº de habitantes por los municipios estudiados	Nº de municipios estudiados	Municipios sin información local	% del total de municipios sin información local
Amazonas	77.759	11	10	90,9%
Putumayo	395.094	13	5	38,5%
Caquetá	490.055	16	10	62,5%
Nariño	1.787.715	64	38	59,4%
Cauca	1.404.313	42	24	57,1%
Guaviare	114.207	4	3	75,0%
Meta	998.162	29	20	69,0%
Vichada	75.468	4	3	75,0%
Casanare	368.973	19	12	63,2%
Arauca	267.992	7	3	42,9%
Valle del Cauca	4.707.890	41	21	51,2%
Tolima	1.416.125	47	28	59,6%
Quindío	574.960	12	5	41,7%
Risaralda	967.780	14	5	35,7%
Chocó	510.076	30	23	76,7%
Antioquia	2.746.957	115	46	40,0%
Córdoba	1.762.631	30	14	46,7%
Sucre	868.403	26	16	61,5%
Bolívar	2.171.558	46	37	80,4%
Atlántico	2.546.138	23	12	52,2%
Magdalena	1.298.562	30	21	70,0%
Cesar	1.065.637	25	10	40,0%

Norte de Santander	1.391.366	40	24	60,0%
TOTAL	28.086.234	690	392	56,8%

Tabla 1. Déficit de información local por departamento. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Flip (Fundación para la Libertad de Prensa, 2017)

El resultado contundente del informe es que, de los 690 municipios mapeados, 392 (el 56,8% de los municipios del país) no disponen de medios de comunicación locales o próximos o, si hay algunos, no producen información local.

Con la Resolución 650 de 2018, expedida al final del gobierno Santos, se quiere mejorar las condiciones económicas para el funcionamiento y sostenimiento de las televisiones comunitarias del país. La disposición legal mantiene la *cobertura* autorizada, esto es, 6.000 asociados como máximo en concordancia con lo señalado por el TLC con Estados Unidos, sin embargo, dicha cantidad puede aumentar cuando el licenciatario comunitario informe a la ANTV y remita copia del plano esquemático, sin que pueda superar los límites geográficos del respectivo municipio (Parágrafo 2 del Artículo 14). Lo que no precisa es a cuántos nuevos asociados puede aspirar.

Otra modificación es sobre el valor de *compensación*. En la Resolución 433 de 2013 estipula que el operador comunitario debe pagar a la ANTV un porcentaje por cada asociado, en tanto que la Resolución 650 manifiesta que este valor se calculará de acuerdo los ingresos brutos mensuales provenientes de la explotación del servicio de TV y según la cantidad de habitantes del municipio (Artículo 16), así: entre 1 y 20.000 habitantes, se pagará el 0,20% de los ingresos brutos mensuales; entre 20.001 y 100.000 habitantes, el 0,40% y más de 100.001 habitantes, el 4%. Cuando los ingresos brutos mensuales sean superiores a 127 salarios mínimos legales vigentes en Colombia (equivalente a $111.480.981 de 2020, US33.458 americanos), el valor de la compensación será del 5,9%, independientemente del número de habitantes. Esta disposición alivia la carga económica de estas televisiones, puesto que en la Resolución anterior debían pagar más dinero a la ANTV e, incluso, es más económica con respecto a lo previsto en el Acuerdo 009 de 2006, en el que se debía pagar el 1% por cada canal codificado que se emitiera.

En producción propia, la Resolución 650 indica que se deben producir entre tres y seis

horas semanales, dependiendo del número de asociados y no del tiempo de funcionamiento del canal comunitario, como lo establecía la Resolución 433. Lo que no cambia es el número de canales codificados que puede ofertar, siete, con lo que los sistemas comunitarios pierden competitividad frente a las TV por suscripción cuya oferta es ilimitada.

Con la Resolución 650, el gobierno Santos trata de recuperar el modelo de televisión comunitario para que cumpla con lo expresado en el punto 2.2.3 de los Acuerdos de La Habana del 2017:

En un escenario de fin del conflicto, los medios de comunicación comunitarios, institucionales y regionales, contribuirán al desarrollo y promoción de una cultura de participación, igualdad y no discriminación, convivencia pacífica, paz con justicia social y reconciliación, incorporando en sus contenidos valores no sexistas y de respeto al derecho de las mujeres a una vida libre de violencias (Oficina del Alto Comisionado para la Paz, 2016, p. 45).

No obstante, la desaparición de la TV comunitaria en distintas regiones del país impide que este apartado de los Acuerdos se cumpla en el corto y mediano plazo.

La televisión comunitaria en la presidencia de Iván Duque Márquez

La Ley 1978 de 2019, recientemente sancionada por el presidente Duque, delinea el futuro de la televisión, de la televisión comunitaria, así como de la radiodifusión en el país. Ciertamente, la norma crea las condiciones para que el capital privado nacional e internacional invierta en infraestructura de internet, de manera que este servicio llegue a las zonas rurales y alejadas, donde habita gran parte de la población pobre y vulnerable de Colombia (Artículo 1). Esto significa que el Gobierno Duque considera que el porvenir de la comunicación audiovisual está en la televisión por internet mediante la tecnología 5G, la cual multiplica las velocidades actuales de acceso a la información.

La Ley permite que los operadores de televisión en Colombia, como la TV comunitaria y excepto la televisión pública, pasen de la modalidad de contrato por concesión (permiso, otorgamiento o derecho para el uso del espectro electromagnético por 10 años) a la de la adquisición de títulos habilitantes (permiso por 20 años), con lo cual se busca más seguridad jurídica para los inversores (Artículo 10). Aun así, todos ellos tendrán que pagar un 1,5% de sus ingresos

brutos anuales para la instalación, ampliación, modificación, operación y explotación de las redes provistas por el Estado con las que se fortalece el Fondo Único de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y desde donde se destinan recursos para financiar los servicios de internet, radiodifusión sonora y TV pública. El documento advierte que en los últimos cuatro años la TV pública se ha desfinanciado en un 11,2%, por lo que es necesario inyectarle más recursos para que sea sostenible. El permiso u otorgamiento del uso del espectro se podrá pagar hasta en un 60% por medio de la construcción de infraestructura de internet en escuelas, bibliotecas, hospitales (Artículo 13).

La televisión comunitaria, según reza el documento *El futuro digital es de todos* (MinTic Colombia, 2018), será fundamental para avanzar en la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones en todo el territorio nacional, para lo cual el Estado le brinda incentivos como los de eximirlas del pago por contraprestación del uso del espectro si poseen bandas de frecuencias para programas sociales del Estado que amplíen la cobertura en zonas rurales (Artículo 11). Independientemente de lo anterior, el sistema comunitario estará exento por cinco años del pago por contraprestación para el fortalecimiento del Fondo Único TIC, periodo en el que estos operadores podrán hacer inversiones en equipos para el suministro de internet (Artículo 36).

La Ley 1978 de 2019 liquida la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) y sólo deja funcionando la Comisión de Regulación de las Comunicaciones, única entidad que de forma autónoma se encarga de regular, vigilar y sancionar a los operadores y de garantizar la libre competencia. Otras funciones de la ANTV, como la de asignar el uso del espectro con base en estudios técnicos y económicos, son asumidas por el Ministerio de las TIC. La disposición no se refiere al número de horas propias, ni oferta de canales codificados permitidos para la TV comunitaria.

Discusión

La Sentencia del Consejo de Estado del 2 de marzo de 2001 fue el comienzo del declive de las televisiones comunitarias y el soporte para que el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos le diera prioridad al capital privado de la televisión por suscripción, la más beneficiada con la reducción de cobertura de los sistemas comunitarios. Tal disposición es arbitraria en

tanto que justifica la reducción del número de asociados, a sólo 6.000, para evitar que las televisiones comunitarias se vuelvan "monopolios" audiovisuales en las grandes y pequeñas ciudades, cuando tienen que competir con los grandes conglomerados de los medios por suscripción que cuentan con más recursos humanos, económicos, financieros y tecnológicos. De hecho, estos últimos en el acumulado de los últimos siete años el crecimiento ha sido del 37,8% y en el 2019 llega a la suma de 5.942.158 suscriptores, con una penetración del 72% de los hogares colombianos. Sin embargo, el 91,3% de los suscriptores han sido acaparados por cinco operadores, de los 59 que hay en el país: Claro (2.510.000), Directv (1.110.000), Tigo (1.180.000), Movistar (544.556) y ETB (113.708) (Periódico La República, 2019).

Tampoco resulta acertada la interpretación del Consejo de Estado según la cual se limita la cobertura de la televisión comunitaria para salvaguardar su propósito de "alcanzar fines, cívicos, recreativos, culturales o institucionales" porque este servicio podría extenderse con otros sectores que no tienen las mismas necesidades y objetivos (Consejo de Estado, 2001). La expresión "extenderse" significa que no debe no debe conquistar mercados ni competir con otros sectores audiovisuales que persiguen el lucro, aunque a éstos no les interese transmitir un canal local por el que se represente la vida política, económica y cultural de las pequeñas poblaciones del país.

Paradójicamente, durante la presidencia de Uribe Vélez (2002-2010) se expide el Acuerdo 009 de 2006 con el que se desarrolla el servicio de televisión comunitaria, toda vez que se le permite tener 15.000 asociados, los pagos por compensación se limitan al 1% por cada canal codificado emitido, la producción propia depende del número de asociados y la CNTV intenta entregar incentivos a las buenas producciones comunitarias. Como consecuencia de estas disposiciones, la cantidad de TV comunitarias va en aumento hasta el año 2012, cuando se cuenta con 764 de estos medios de comunicación y 393.509 asociados. No obstante, es en este periodo, concretamente en el año 2007, cuando el Congreso de la República y el Ejecutivo aprueban el TLC que –como hemos visto- limita la cobertura a 6.000 asociados, norma que sólo empieza a aplicarse en el 2012 en momentos en que se desarrollan los acuerdos comerciales con Estados Unidos.

En la presidencia de Santos Calderón (2010-2018), se expide la Resolución 433 de 2013 con la que se reglamenta ampliamente lo expresado en el TLC y prácticamente se crean las condiciones para que los sistemas comunitarios desaparezcan paulatinamente. Además de limitar a 6.000 sus asociados, la Resolución la obliga a producir más horas de producción propia de acuerdo con el tiempo que lleve funcionando la TV comunitaria (no por número de asociados) y a pagar un porcentaje por cada asociado con destino a financiar la televisión pública (no el 1% de los ingresos brutos por cada canal codificado, de los siete permitidos).

El resultado de lo expuesto en el TLC y la Resolución fue la reducción de un 52% de estos sistemas y de su cantidad de asociados al pasar de 393.509 en el 2012 a 179.625 a julio de 2019 (caída acumulada del 54,3%). Lo más seguro es que un grupo de asociados con capacidad adquisitiva haya sido captado por la TV por suscripción y el grupo de bajos ingresos económicos se haya quedado sin televisión cerrada. Adicionalmente, la desaparición de estos medios de proximidad pudo haber causado un detrimento patrimonial del Estado, puesto que cabe recordar que la televisión comunitaria, junto con la TV por suscripción, local con ánimo de lucro y privada de cobertura nacional, subsidia a la televisión pública mediante los aportes por compensación provenientes de sus ingresos brutos mensuales. Un argumento a favor de ello, es que la TV pública se ha desfinanciado en un 11,2% desde el año 2015 (MinTic Colombia, 2018).

Aunque se podría pensar que las televisiones comunitarias que no aparecen en los registros de la ANTV transitaron hacia televisiones por suscripción o televisiones locales, los datos demuestran que no fue así pues estas dos últimas han reducido su número en los últimos años: Un 60% de la TV local ha desaparecido desde el año 2015 hasta mediados de 2019, al pasar de 41 a 16, mientras que de las 64 TV por suscripción existentes en el 2013 sólo cuatro de ellas ya no funcionan. Lo más probable es que los sistemas comunitarios tal vez migraron a televisión digital por internet, con lo cual adquieren audiencias marginales y fragmentarias y están supeditadas a la calidad de la banda ancha de los municipios donde operan.

Es previsible que la disminución de televisiones locales y comunitarias esté propiciando un déficit de información local, como lo diagnosticó la Fundación para la Libertad de Prensa en el año de 2017. En

efecto, esta institución halló que, en 392 municipios colombianos, un 56,8% de los 690 rastreados, no existía información o medios de comunicación locales por los que las personas tramitaran sus quejas, hicieran control político a los gobernantes o reprodujeran su cultura.

Otras consecuencias no menos trascendentales tienen que ver con que se impide que las comunidades organizadas desarrollen competencias para administrar un medio de comunicación, sin ánimo de lucro, pero sostenible económicamente y en el que estén representados distintos sectores sociales en su producción, gestión y control, así como para producir contenidos audiovisuales que busquen educar en la no discriminación, la igualdad, el servicio social y comunitario y que compitan contra contenidos comerciales dedicados, principalmente, al entretenimiento o al mantenimiento de hegemonías políticas, económicas y culturales.

El periodismo independiente se perjudica porque los reporteros pueden tener un sueldo digno, sin depender exclusivamente de la publicidad, puesto que la gente paga por ver televisión y de esos recursos se pagan nóminas a grupos de periodistas, camarógrafos, editores para la producción de la programación local, así como a secretarias, instaladores que contribuyen al funcionamiento del medio de comunicación.

Los proveedores de contenidos de Estados Unidos también pierden con el TLC puesto que los canales codificados que ofertan como los Discovery, Fox, Espn, entre otros, sólo los pueden vender a un limitado mercado de televisiones por suscripción y aun mermado mercado de televisiones comunitarias.

Con la firma de los Acuerdos de Paz de La Habana, en los que se reivindica el papel de los medios comunitarios en el posconflicto, el presidente Santos trata de subsanar el error de la Resolución 433 de 2013, norma que le resta condiciones económicas a las TV comunitarias para funcionar y sostenerse. Para ello, promulga la Resolución 650 de 2018 con la que disminuye sus pagos por compensación, su producción propia de contenidos y deja abierta la posibilidad de que pueda contar con más de 6.000 asociados. Aun así, mantiene la misma cantidad de canales codificados que puede ofertar, siete, lo cual les impide competir en igualdad de oportunidades con la TV por suscripción.

En la actual presidencia de Duque Márquez (2018...), se expide la Ley 1978 de

2019 por medio de la cual se crean las condiciones para que el capital privado invierta en el mejoramiento del servicio de internet, medio por el que se concibe la televisión en el mediano y largo plazo. Llama la atención que el Gobierno se concentra en la televisión por internet, pese a que en el 2012 la anterior CNTV había actualizado el estándar de la televisión digital del DVB-T al DVB-T2[103] para propiciar el apagón analógico definitivo al finalizar el 2019.

Según Zavala, experto en televisión, cine, video, televisión y guionismo, el cambio obedece a que la TDT fue el modelo europeo promovido desde los años noventa, pero la transición tecnológica y la obsolescencia programada no ha funcionado bien en muchos países, como parece ser el caso colombiano. El autor agrega que:

La gente no quiere cambiar sus televisores viejos y la política pública detrás del modelo comercial ha fracasado parcialmente. Ahora que el consumo de televisión por internet superó al del cable y de los canales públicos de antena, es en un sentido natural girar hacia internet. Va a ser el vehículo de todas las demás tecnologías, así que la TDT no tiene mucho sentido ahora. No son incompatibles, pero es una tecnología que se volverá secundaria en muy poco tiempo, así que se ve como pérdida de dinero (Angulo, 2019).

En ese entorno, el consumo se ha inclinado por el de la televisión por internet, debido a la costumbre de usar el celular y los módems para ver programas de todo tipo por este sistema, por lo que el gobierno de Duque ve más útil invertir recursos en el mejoramiento de la infraestructura de conexión online. El problema radica en que la TDT era una de las formas de llegar con el servicio a regiones remotas y para que internet lo pueda hacer requiere de calidad y precios competitivos que beneficien a las personas de bajos ingresos. Si no se logra, puede generar marginación digital.

El papel de la televisión comunitaria parece ser el de llevar internet a zonas rurales, pues no tiene fundamento el que lo haga en ciudades donde existen operadores privados con abundantes recursos económicos, financieros y tecnológicos. Para ello, la Ley 1978 de 2019 ofrece incentivos como los de exonerarlas del pago de contraprestación del uso del espectro durante cinco años (Artículo 34) o en forma

[103] El estándar DVB-T2 ofrece más capacidad para transportar canales con mejor definición (HD) y eventualmente contenidos en 3D, mejor sonido, economizar espectro y más interactividad.

indefinida siempre que presten sus bandas de frecuencias para espacios sociales del Estado en sectores rurales (Artículo 11). Sin embargo, vale preguntarse hasta qué punto será rentable para un operador comunitario llevar televisión por internet en lugares remotos y si están en capacidad de competir con los conglomerados de medios que hayan acaparado este servicio.

Así las cosas, la discusión sobre cobertura no tiene sentido, pues cualquier persona puede observar los contenidos de la televisión comunitaria, pero sí se debe revisar el pago por compensación (que con la nueva Ley sería del 1,5% de los ingresos brutos mensajes, más el permiso del uso del espectro por 20 años), el número de canales codificados que puede ofertar, la cantidad de horas de producción propia y, especialmente, si estos sistemas van a contar con capacitación de excelencia para la creación de contenidos transmedia en distintas plataformas.

Estas respuestas las tendrán que dar prontamente la Comisión de Regulación de las Comunicaciones y el Ministerio de las TIC, los entes a cuyo cargo queda la regulación del mercado de las telecomunicaciones y la entrega de las licencias de operación, respectivamente.

Conclusiones

El Estado colombiano, quizás presionado por el capital privado de la televisión, ha venido restándole garantías para que la televisión comunitaria pueda funcionar y sostenerse económicamente. Así lo hemos evidenciado a partir del análisis de la normativa comercial (TLC entre Colombia y Estados Unidos) y audiovisual (acuerdo y resoluciones) y de las consecuencias de estas regulaciones: reducción de un 52% de estas experiencias mediáticas y reducción de su número de asociados en un 54,3%, los cuales pagan por ver el canal comunitario y canales codificados e incidentales (gratuitos). Es probable que algunos de ellos se hayan quedado sin televisión cerrada y otros, los de un poco más de ingresos, hayan sido cautivados por la televisión por suscripción, cuya lógica del crecer y crecer en una competencia que a todas luces es desigual está acabando con las televisiones comunitarias y con la oportunidad de que las comunidades organizadas crean medios de comunicación participativos y produzcan contenidos con vocación educativa y cultural en un país como Colombia donde el déficit de información local es del 56,8% (Fundación para la Libertad de Prensa, 2017).

Si bien el Estado ha venido invirtiendo recursos para mejorar la infraestructura televisiva de manera que el servicio sea interactivo y en alta definición, como lo exigen estos tiempos, la eliminación paulatina de las televisiones comunitarias devuelve al país al precario estado comunicativo de los 70 en el Tercer Mundo, en momentos en que los promotores del Nuevo Orden Mundial de la Información (NOMIC) pedían justamente la descentralización de la información y se pronunciaban en contra de la concentración de los medios (Angulo, 2012).

En época de posconflicto, los medios comunitarios son importantes para promocionar la democracia, la no discriminación, la reivindicación social y la reconciliación (Oficina del Alto comisionado para la Paz, 2016), pero al desaparecer el modelo de televisión comunitaria lo más seguro es que el tránsito hacia una nación en paz pierda a un valioso aliado por el carácter popular y participativo que representa.

Finalmente, es necesario agilizar la aplicación de la Resolución 650 de 2018 -la cual reduce los costos de producción de contenidos y amplía la cobertura-, y los incentivos expuestos en la Ley 1978 de 2019, para que televisión comunitaria pueda funcionar, sostenerse y fortalecerse. Además, debe permitirse la oferta ilimitada de canales codificados para que pueda competir con las TV por suscripción.

Respecto a conversión a internet, queda la duda de si en ese proceso es viable en el mediano plazo si se tiene en cuenta que la curva descendente del número de los sistemas comunitarios es la tendencia en los últimos cinco años. ¿Habrá tiempo para rescatarlas? ¿Hay voluntad para capacitarlas en la producción transmedia? ¿El modelo de servicio de internet en zonas rurales y alejadas del territorio nacional es viable económicamente para estos sistemas comunitarios? Tal vez es hora de que las universidades colombianas y diversos sectores sociales debatan y ayuden a responder estos interrogantes.

Referencias

Angulo, S. (2012). Televisión y periodismo comunitarios en la ruta del desarrollo humano: modelos y fundamentos. 350.

Angulo, S. (2019). Entrevista a Diego Zavala Scherer (p. 1). p. 1. Guadalajara: Maestría en Comunicación Digital Interactiva.

ANTV. (2019). Autoridad Nacional de Televisión ANTV.

Autoridad Nacional de Televisión. (2006). Acuerdo 009 de 2006.

Autoridad Nacional de Televisión. (2013). Resolucion 433 de 2013. Bogotá.

Autoridad Nacional de Televisión. (2018b). Resolucion 650 de 2018. Bogotá.

Autoridad Nacional de Televisión. (2019). Directorios de televisión comunitaria de Colombia.

Comisión Nacional de Telecomunicaciones de Venezuela. (2002). Reglamento de Radiodifusion Sonora y Television Abierta comunitaria de Venezuela.

Congreso de la República de Colombia. (1991). Constitucion politica de colombia 1991 (p. 108). p. 108.

Consejo de Estado. (2001). Sentencia 1999-05907 de marzo 2 DE 2001.

Dagron, A. G. (2019). TV comunitaria: ni púlpito, ni pulpo: pálpito. (2002), 2018. Retrieved from https://goo.gl/awA3AW

De Bustos, J. . (2006). Comunicación Sostenible y desarrollo humano en la sociedad de la información. In Agencia Española de Cooperación Internacional. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional.

Fundación para la Libertad de Prensa. (2017). El periodismo local se extingue en Colombia.

García, María del Carmen y Berganza, M. R. (2005). El método científico aplicado a la investigación en Comunicación Mediática. In J. A. Berganza, María Rosa y Ruiz (Ed.), Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación (pp. 19–42). Madrid: McGraw Hill.

Hernández, Roberto; Fernández, Carlos y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6a. Edició). https://doi.org/10.1192/bjp.112.483.211-a

Jensen, K. B. (2014). La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa. In K. B. Jensen (Ed.), La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa (pp. 385–410). https://doi.org/10.1192/bjp.112.483.211-a

Mincomercio de Colombia. (2006). Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos.

MinTic Colombia. (2018). El futuro digital es de todos. Bogotá.

Neuendorf, K. (2002). The content analysis guidebook. Oaks: Sage.

Oficina del Alto comisionado para la Paz. (2016). Acuerdos de Paz de La Habana.

Periódico La República. (2019). Televisión por suscripción creció 20% en los últimos cinco años en Colombia.

Presidencia de la República. (2019). Ley 1978 de 2019.

Toro, Iván Darío y Parra, R. D. (2010). Fundamentos epistemológicos de la investigación y la metodología de la investigación. Cuantitativa/cualitativa. In Το Βημα Του Ασκληπιου. Bogotá: Fondo Editorial Universidad Eafit.

Prensa satírica y cultura popular chilena en clave histórica: los casos de El Ají (1889 – 1894) y José Arnero (1905 - 1914)

Imprensa satírica chilena e cultura popular em perspectiva histórica: os casos de El Ají (1889 - 1894) e José Arnero (1905 - 1914)

Satirical press and Chilean popular culture in historical perspective: the cases of El Ají (1889 - 1894) and José Arnero (1905 - 1914)

Chiara Sáez [104]

Resumen: En este artículo analizo la prensa satírica elaborada por obreros tipógrafos en Chile entre fines del siglo XIX y principios del siglo XX. A partir de la revisión de archivos de prensa y utilizando el marco teórico sobre cultura popular ausente (Sáez, 2018), los principales resultados revelan características diferenciadas del objeto de estudio respecto de la auto-representación de lo popular y del rol comunicacional desarrollado, que por un lado la apartan de la sátira chilena del siglo XIX, centrada en las disputas de los partidos oligárquicos, al tiempo que visibilizan un sujeto popular (emisor y receptor), mucho más complejo y contradictorio que el de la prensa obrera dominante, generando hallazgos relevantes para un debate actual sobre los "otros" populares, el modo en que han sido invisibilizados históricamente y cómo volverlos visibles para los proyectos políticos del presente.

Palabras Clave prensa, sátira, cultura popular, esfera pública

Abstract: In this article I analyze the satirical press produced by typographic workers in Chile between the end of the 19th century and the beginning of the 20th century. From the review of press archives and using the theoretical framework on absent popular culture (Sáez, 2018), the main results reveal differentiated characteristics of the object of study with respect to the self-representation of the popular and the role developed in the communication field, which on the one

[104] Universidad de Chile. Doctora en comunicación. Chiara.saez.baeza@uchile.cl

hand separate it from the Chilean satire of the nineteenth century, centered on the disputes of the oligarchic parties, while making visible a popular subject (sender and receiver), much more complex and contradictory than that of the working press dominant, generating relevant findings for a current debate about the popular "others", the way in which they have been historically invisible and how to make them visible for the political projects of the present.

Key words: press, satire, popular culture, public sphere

Ricardo Donoso (1950), sostiene que la prensa satírica existe en Chile al menos desde 1808, en paralelo al proceso de Independencia. Desde el principio, se habría caracterizado por ser una prensa de trinchera, fuertemente politizada. Sin embargo, era un instrumento de elites que aspiraban a conquistar el Estado, por las armas o por medio de las urnas. Esto que ocurría en Chile durante el siglo XIX se dio de manera similar en otros países del continente (Díaz, 1990).

La ley de imprenta de 1872 —redactada durante el gobierno de Federico Errázuriz Zañartu (1871-1876)— habría permitido la consolidación y uso de la prensa por otros sectores de la sociedad más allá de las élites: “a la sombra de la tolerancia del poder público y bajo el amparo de la ley de imprenta, al encenderse de exaltación la opinión, al impulso de las pasiones de partido, floreció la sátira política como expresión de tolerancia social y cultura cívica” (Donoso, p. 69).

Según el libro de Maximiliano Salinas, Daniel Palma, Christian Baez y Marina Donoso (2001, p. 54) existieron dos periódicos satírico-populares que reflejaron un mundo popular “'no-serio', contradictorio con el de la aristocracia”: El Ají (1889 – 1894) y José Arnero (1905 - 1914). Ambos fueron promovidos, redactados e impresos por obreros tipógrafos cercanos ideológicamente al Partido Democrático. Sin embargo, ambos medios han sido poco abordados en la historia social y de la prensa. Aquí radica el primer aporte de esta ponencia.

Los catálogos de Donoso (1950) y Trinidad Zaldívar (2004) dan cuenta de cientos de periódicos satíricos impresos en Chile entre principios de 1870 y las primeras décadas del siglo XX; muchos de ellos en condiciones precarias, en comparación con los grandes diarios burgueses o eclesiásticos. Una parte

importante de ellos se encuentra en el archivo de prensa de la Biblioteca Nacional, pero hay muchos de los que solo se conserva su nombre. Asimismo, abundan casos de títulos con pocos números y, por tanto, poca continuidad en el tiempo. El Ají aparece mencionado en el trabajo de Zaldívar que cubre hasta 1894, pero José Arnero no es mencionado en el exhaustivo catálogo de Donoso, que cubre hasta 1950. El catálogo de prensa obrera elaborado por Osvaldo Arias (1970) dedica un capítulo completo a la prensa cercana al Partido Democrático publicada entre 1894 y 1935. Pero no menciona El Ají ni José Arnero. Micaela Navarrete (1993) y Sergio Grez (2016) se refieren de manera tangencial a la existencia del primero, especialmente en el contexto de la guerra civil del gobierno de Balmaceda (1886-1891). Maximiliano Salinas (2005) realiza un análisis más profundo, si bien centrado en el mismo hito. Ante lo anterior, la investigación de Cristián Rustom (2018) es la más exhaustiva encontrada hasta ahora sobre El Ají, especialmente por la diversidad de temas que analiza dentro su discurso.

El lunes 26 de agosto de 1889 el periódico "joco-satírico" El Ají (¡Al que le pique que se rasque!) salía a la venta en Santiago. En su primera editorial anunciaba: "aparece El Ají, dispuesto a combatir con toda la entereza y energía de que viene revestido, todo lo malo que suceda en el transcurso de su existencia, como aplaudirá todo lo que concierna al respeto de nuestras leyes constitucionales, al adelanto intelectual y moral de nuestro país, como así mismo lo que se relacione más directamente con los obreros. El partido en que militará El Ají será el de la razón, y su política, la justicia" (El Ají, 1).

El 13 de marzo de 1890 aparece por primera vez un impreso gráfico en el encabezado del diario: "la figura que hemos puesto a la cabeza de nuestros periódicos representa a El Ají corriendo a todos los embusteros, calumniadores, veladores, bandidos, canallas, hipócritas, deslenguados, envidiosos, coños,2 y a toda aquella escoria de nuestra sociedad".

Figura 1. El Ají, 36 (1890)

Su editor fue Hipólito Olivares, obrero tipógrafo y simpatizante del Partido Democrático. Junto a temáticas de política contingente (donde no necesariamente coincidía con La Igualdad, el diario oficial del partido), incorporaba temas de vida cotidiana, género, religión, abusos policiales, entre otros. De frecuencia semanal, costaba 2 centavos y consistía en un pliego de cuatro carillas, tipografiado a dos columnas. A inicios de 1890, su tiraje era de 3.000 ejemplares, pero su volumen de publicación siguió incrementándose, llegando a 5.000 en junio del mismo año, tiraje que mantuvo hasta su desaparición en 1893. Se enviaba a regiones por suscripción y hacía permuta con varios periódicos obreros o simpatizantes del Partido Democrático a lo largo del país, como queda registrado en el número 5 del 23 de septiembre de 1893, donde se señalan al menos 38 periódicos regionales con los cuales El Ají usaba este sistema.

Evidencia de la relevancia del semanario es el juicio por "abuso de imprenta" que enfrentó en 1890 por parte de Don Manuel Carreño, quien acusó al diario de difamarlo: "se me denigra de la manera más repugnante y se me hace aparecer como un ladrón [...] por lo cual yo me querello criminalmente contra él para que se le aplique el castigo correspondiente" [Ref: Caja N°1080 del 1° Juzgado del Crimen de Santiago, 1890].

Durante la guerra civil de 1891, El Ají corrió la misma suerte que la mayoría de la prensa, dejando de publicarse entre enero y noviembre. En el número 103 del 16 de noviembre de ese año, El Ají relata que durante este período se clausuraron más de 200 imprentas, lo cual dejó a más de 1000 personas desempleadas. Muchos tipógrafos

fueron perseguidos e incluso torturados. Avelino Contardo, militante del Partido Demócrata y uno de los redactores del diario bajo el seudónimo Catón, fue parte de las víctimas del conflicto.

José Arnero, por su parte, salió a la luz por primera vez el 16 de enero de 1905 y permaneció hasta 1914 de modo intermitente. Su editor general fue el poeta popular Juan Bautista Peralta. Su nombre alude a uno de los nombres del diablo en la cultura popular chilena. En su primer número, José Arnero se presentaba señalando:

> aburrido de estar en el cielo oyendo a las once mil vírgenes, acompañadas en arpa y guitarra bajo la dirección de Bartolo, en la semana pasada curé a San Pedro, y en un descuido, mientras dio una cabeceada, me escabullí por la cochera y aquí me tienen ustedes vestido con mis antiguas ojotas, mi poncho, mi chupalla y mi corvo, dispuesto a zarandear a medio mundo (José Arnero, 1).

Partió costando 5 centavos y se publicaba semanalmente. A partir del Nº10, empezó a circular dos veces por semana y en ciertos períodos llegó a publicarse tres veces por semana. En su segundo número habla de una circulación y venta de 8.000 ejemplares sólo en Santiago. Más adelante habla de su llegada a otros pueblos y ciudades como Chillán, Valparaíso y San Bernardo. La primera época terminó en el N°188, el sábado 23 de junio de 1906. La segunda época comenzó el 25 de febrero de 1907 y finalizó el 12 de abril de 1907. Reapareció semanalmente en lo que será su tercera etapa entre enero de 1908 y julio de 1912. Durante su cuarta época, de enero de 1913 a junio de 1914, la frecuencia fue mensual. Toda su existencia tuvo el encabezado que se muestra en la imagen, o variantes del mismo, caracterizado por la representación de diversos tipos sociales:

Figura 2. Encabezado de José Arnero (1905-1914)

En los primeros números su subtítulo de presentación era "Periódico humorístico y de novedades". Desde el número 14 del jueves 30 de marzo de 1905 en adelante, a este subtítulo se sumó: "órgano de los intereses de los rotos".[3] Aunque ya en el número 3 hay un grabado en su interior, en el número 5 aparece por primera vez una imagen en la portada, correspondiente a Bernardo O`Higgins (político y militar, líder del proceso independentista, 1778- 1842) y se hace alusión a la triple conmemoración del 12 de febrero: fundación de Santiago en 1541, Batalla de Chacabuco en 1817 y proclamación de la Independencia en 1818. A partir del siguiente número, la imagen de la portada pasó a ser (salvo contadas excepciones) una caricatura, con acento en la crítica social y política contingente.

Mientras El Ají vivió la guerra civil de 1891, José Arnero fue testigo de dos hechos sociales relevantes para los sujetos populares: la llamada "huelga de la carne" y la matanza de Santa María. La "huelga de la carne" fue una manifestación de protesta popular en octubre de 1905 contra un impuesto a la carne importada desde Argentina, que beneficiaba a los ganaderos y perjudicaba a los pobres por el encarecimiento en los precios; José Arnero fue señalado como promotor de los desmanes producidos, exigiendo su cierre:

> no había mayor delito para los aristócratas que ser demócratas [...] Y no se han contentado con su vocinglería, sino que han llegado hasta gestionar, vehementemente, la clausura de José Arnero y la prisión de los que ellos presumen son sus redactores (José Arnero, 86).

Dice una de las editoriales del mismo número:

> se han sentido heridos en su soberbia al presenciar que el *rotaje*, esa canalla (como la llaman los ricos) ... se ha permitido sublevarse contra los amos ... --No, -dijeron en coro-, hai necesidad de darles una lección y al pensamiento le dieron forma, lanzando a las calles con el arma homicida al brazo, a centenares de muchachos orgullosos.

La caricatura de la portada de este número también hace alusión a la huelga, señalando el rol de estos jóvenes de la aristocracia ("la juventud dorada") en la revuelta, responsables junto a la policía de una masacre de entre 200 a 250 personas.

Figura 3. “La Juventud Dorada fusilando al Pueblo”. José Arnero, 86 (1905)

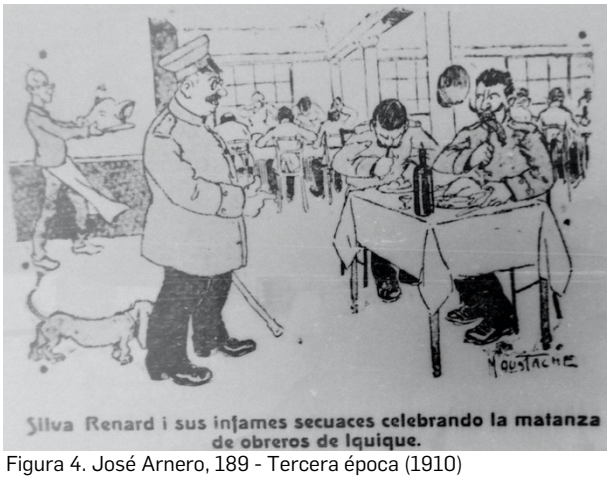


Figura 4. José Arnero, 189 - Tercera época (1910)

El 21 de diciembre de 1907 se produjo en la Escuela Santa María de Iquique una gran matanza de trabajadores del salitre (alrededor de 3 mil personas), ordenada por el gobierno de Pedro Montt. Este acontecimiento caló tan hondo en José Arnero que motivó su reimpresión a las pocas semanas. Desde ese momento y hasta el fin de su existencia, el diario publicó caricaturas, editoriales, artículos e incluso poemas alusivos al hecho en cada conmemoración anual.

Objetivos

El objetivo de la comunicación es describir y analizar dos núcleos temáticos de ambos diarios: su representación de lo popular y su auto-percepción como medios de comunicación con incidencia en la construcción de opinión pública.

Caracterización del estudio o discusión teórica propuesta

Se utiliza como encuadre el concepto de cultura popular ausente (Sáez, op. cit.), emparentado a su vez con las nociones de popular no-representado y popular-reprimido acuñadas por Guillermo Sunkel en su libro Razón y pasión en la prensa popular (1985).

Estas categorías se refieren a diversos sujetos populares que han sido invisibilizados en las formas expresivas y comunicativas de carácter obrero (lo que a su vez Sunkel denomina “lo popular representado”). Por tanto, la tesis que se desarrolla aquí es que

ambos diarios dan cuenta en sus temáticas de una cultura popular ausente que utilizó el humor para construir una representación política de lo popular, utilizando para ello el periódico -en tanto dispositivo ilustrado-, pero operando discursivamente dentro y fuera de esta lógica, dando cuenta así de un sujeto popular complejo y heterogéneo. Si bien es posible insertar ambos diarios dentro del proceso común más amplio de articulación y sistematización de una cierta conciencia de clase y una pretensión de desafiar el orden social dominante, presentan matices y diferencias importantes respecto de la prensa obrera en curso (básicamente respecto del humor y los sujetos, espacios y conflictos representados), así como una autonomía discursiva, a pesar de su relación de simpatías con el Partido Democrático.

Enfoque y/o metodología de abordaje

Se revisaron todos los números de El Ají y José Arnero disponibles en el Archivo Nacional (alrededor de 600, considerando que en cada caso hay alrededor de un 10% de números extraviados). Se utilizó como unidad de análisis los textos bajo un mismo título dentro de cada ejemplar (cartas, editoriales, columnas, noticias, poemas) y estos fueron volcados a una ficha de análisis.

Los aspectos que se abordaron en la ficha de análisis fueron:

a) Sujetos, espacios y conflictos de la cultura popular ausente, en un análisis guiado por las distinciones ya identificados por Sunkel (op. cit.)

b) Presentación de las dos matrices de la cultura popular (Ibid.) y la relación entre ellas

c) Valores e ideales pregonados y su relación con condiciones materiales de existencia

d) Tipo de humor; popular, satírico o híbrido

e) La audiencia construida y sus formas de apelación

Se identificaron las siguientes macro-temáticas en los artículos revisados: autorrepresentación popular, religiosidad popular, espacios de sociabilidad popular, acción política, conflictos y mandatos de género, migración, brechas de clase, nacionalismo, demandas laborales, esfera pública. A continuación, se exponen los hallazgos sobre dos de ellas.

Resultados, reflexiones y conclusiones

Los casos analizados exhiben una diversidad de sujetos populares. Sin embargo, lo anterior está mediado por una diversidad de factores que hacen que esa heterogeneidad no siempre sea presentada con la misma valoración. Así, mientras se habla positivamente de sujetos populares masculinos vinculados a una perspectiva laboral amplia (tipógrafos, niños suplementeros, poetas populares, funcionarios del transporte público, presos, veteranos de la guerra del pacífico, entre otros) en que la virilidad es un valor, por otro lado observamos un trato discriminatorio de otros sujetos populares no – representados en el discurso obrero tradicional: mujeres, migrantes, homosexuales, que obedece tanto a motivaciones materiales ("nos quitan el trabajo") como a cuestiones morales (mujeres liberadas sexualmente y hombres que gustan de otros hombres). Cristaliza así la idea de un sujeto popular heterogéneo y contradictorio, que por un lado quiere justicia social, pero está imbuido de nociones patriarcales.

No obstante, la principal construcción de otredad opera respecto de elementos de desigualdad material, donde fungen de manera simultánea e indistinta conceptos anclados a una matriz estamental (caballeros, aristocracia, futres) y otros anclados a la realidad industrial (burguesía). También aparece una diversidad de espacios y conflictos: la calle, el transporte público, el mercado, la plaza, el parque, la intimidad, el colegio.

En términos de la matrices planteadas por Sunkel (op. cit.) los hallazgos permiten sostener que el anclaje explícito de ambos diarios está en una matriz ilustrada que toma prestados elementos de la matriz simbólica para desarrollar la complicidad con su audiencia. Sin embargo, en la práctica lo que se devela es que esa imbricación es un viaje de ida y vuelta donde los dos diarios están hablando desde la coexistencia negociada de ambas perspectivas. Por ejemplo, en su lenguaje excesivo y adjetivizador. Comparado, por ejemplo, con el caso mexicano ilustrado por Díaz (op. cit.), observamos tanto en El Ají como en José Arnero la coexistencia de valores de la democracia liberal (el voto secreto, la libertad de expresión) y de valores estrictamente obreros (justicia social, abandono de conductas autodestructivas como el alcoholismo), pero a eso es necesario sumar valores populares no

obreros, tales como la fiesta, la espontaneidad, la celebración, llorar a los muertos, la solidaridad, etc.

Referencias

Alonso, Paul. 2019. Satiric Magazines as Hybrid Alternative Media in Latin America. Latin American Research Review 54(4), pp. 944–957. DOI: https://doi.org/10.25222/larr.440

Araos, Josefina. 2015. De la voz al papel. Producción y difusión de poesía popular impresa en Santiago. 1890-1910. Tesis de Magíster en Historia. Universidad Católica de Chile, Santiago.

Arias, Osvaldo. 1970. La prensa obrera en Chile (1900-1930). Universidad de Chile, sede Chillán.

Averintsev, Sergei. 2000. Bajtín, la risa, la cultura cristiana. En En torno a la cultura popular de la risa. Nuevos fragmentos de M.M. Bajtín editado por Sergei Averintsev, Vitali Makhlin, Mijaíl Ryklin & Tatiana Bubnova, 13-33. Barcelona: Anthropos.

Bajtin, Mijail. 1990. La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

Cornejo, Tomás. 2012. Circuitos culturales y redes sociales en Santiago de Chile (1880-1910): un análisis microhistórico. Tesis de Doctorado en Historia. Colegio de México, Ciudad de México.

Díaz, María Elena (1990). The Satiric Penny Press for Workers in Mexico, 1900-1910: A Case Study in the Politisation of Popular Culture. Journal of Latin American Studies, 22: 497-526. DOI: 10.1017/S0022216X00020939

Donoso, Ricardo. 1950. La sátira política en Chile. Santiago de Chile: Imprenta Universitaria.

Fraser, Nancy. 1997. Iustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición "postsocialista". Bogotá: Siglo del Hombre Editores.

García Canclini, Néstor.1981/1989. Las culturas populares y el capitalismo. México D.F.: Nueva Imagen.

Goode, Mike. 2016. The Public and the Limits of Persuasion in the Age of Caricature, en The Efflorescence of Caricature, 1759-1838 editado por T. Porterfield, 117-136. Londres & Nueva York: Routledge.

Grez, Sergio. 2016. El Partido Democrático de Chile: auge y ocaso de una organización política popular (1887-1927). Santiago de Chile: LOM Ediciones.

Gutiérrez, Horacio. 2010. "Exaltación del mestizo: La invención del Roto Chileno".

Universum, 25 (1): 122-139. DOI: 10.4067/S0718-23762010000100009

Habermas, Jürgen. 1962/1981. Historia y crítica de la opinión pública. Barcelona: Gustavo Gili.

Habermas, Jürgen. 1990/2002. Historia y crítica de la opinión pública. Prólogo a la nueva edición alemana de 1990. Barcelona: Gustavo Gili.

Hall, Stuart. 1984. Notas sobre la deconstrucción de 'lo popular'. En Historia popular y teoría socialista, editado por Raphael Samuel, 93-110. Barcelona: Crítica.

Hodgart, Matthew. 2010. Satire: Origins and Principles. New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers.

Knight, Charles. 2004. The Literature of Satire. Cambridge: Cambridge University Press.

Lynch, Owen. 2002. Humorous Communication: Finding a Place for Humor in Communication Research. Communication Theory, 12(4): 423-445. DOI: 10.1111/j.1468-2885.2002.tb00277.x

Mignolo, Walter. 2010. Desobediencia epistémica. Retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad. Buenos Aires: Ediciones del Signo.

Navarrete, Micaela. 1993. Balmaceda en la poesía popular chilena: 1886-1896. Santiago de Chile: DIBAM, Centro de Investigaciones Diego Barros Arana.

Negt, Oskar & Kluge, Alexander. 1972/1993. Public Sphere and Experience. Toward an Analysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Pinto, Julio. 2000. De proyectos y desarraigos: la sociedad latinoamericana frente a la experiencia de la modernidad (1780-1914). Ponencia presentada en el 19 Congreso Internacional de Ciencias Históricas. Universidad de Oslo, agosto 2000.

Rojas, Jorge. 2006. Los suplementeros. Los niños y la venta de diarios. Chile, 1880 – 1953. Ariadna Ediciones (Santiago, Chile)

Rustom, Cristián. 2018. La autorrepresentación como discurso de resistencia. El rol de la prensa popular satírica en la construcción de la identidad de los sujetos populares en Chile: 1875-1914. Tesis de Magíster en Pensamiento Contemporáneo. Santiago: Universidad Diego Portales.

Sábato, Hilda. 1992. Citizenship, Political Participation and the Formation of the Public Sphere in Buenos Aires 1850s-1880s. Past &

Present, 136: 139-163. DOI: 10.1093/past/136.1.139

Sáez, Chiara. 2019. El concepto de cultura popular ausente y su aplicación al caso chileno desde una perspectiva histórica. Comunicación y medios, 39: 64 – 76. DOI: 10.5354/0719-1529.2019.51121

Salinas, Maximiliano. 2005. La sátira y el humor político de El Ají, periódico del Partido Democrático en Santiago de Chile, 1889-1893. Palimpsesto 4 (2).

Salinas, Maximiliano, Ibacache, Cecilia & Bustos, Luis. 1996. Risa y Cultura en Chile. Documento de Trabajo No. 1. Santiago: Universidad ARCIS.

Salinas, Maximiliano, Palma, Daniel, Báez, Christian & Donoso, Marina. 2001. El que ríe último...: caricaturas y poesías en la prensa humorística chilena del siglo XIX. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

Sousa, Boaventura de. 2005. El Milenio Huérfano. Ensayos para una nueva cultura política. Madrid: Trotta.

Sunkel, Guillermo. 1985. Razón y Pasión en la prensa popular. Santiago: ILET.

Warner, Michael. 2002. Publics and Counterpublics (abbreviated version). Quarterly Journal of Speech, 88: 413-425. DOI: 10.1080/00335630209384388

Zaldívar, Trinidad. 2004. “El papel de los monos”. Breve crónica de un tercio de siglo de prensa de caricatura, 1858-1891. En Entre tintas y plumas: historias de la prensa chilena del siglo XIX editado por Á. Soto, 139-178. Santiago: Universidad de Los Andes

Periodismo como acción política de subalternidad a través de la radio autogestiva

Jornalismo como ação política de subalternidade por meio da rádio autogerenciada

Journalism as a political action of subalternity through self-managed radio

Juan Daniel Montaño Rico [105]

Resumen: El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar un marco teórico para analizar la práctica periodística de las radios autogestivas (comunitarias, populares, alternativas o libres) para conocer su aportación para el accionar político de los grupos subalternos. La argumentación parte del enfoque del periodismo como construcción de la realidad social y la propuesta teórica de Gramsci sobre la hegemonía, subalternidad y sentido común. El supuesto de investigación es que esta práctica responde a una acción política de los grupos subordinados dentro de su lucha cultural a raíz del autoreconocimiento de su posición en el mundo y sus condiciones desiguales de vida.

Palabras Clave: periodismo en radios comunitarias, acción política subalterna, construcción de la realidad social.

Abstract: The objective of this writing is to develop a theoretical framework to analyze journalistic practice in community radio stations (popular, alternative, free, etc.) to find out its contribution to the political actions of subordinate groups. The argument starts from the focus of journalism as a construction of social reality and Gramsci's theoretical proposal on hegemony, subordination and common sense. The research assumption is that this practice responds to a political action of subordinate groups within their cultural struggle as a result of the self-recognition of their position in the world and their unequal living conditions.

Key words: journalism in community radio, political action, construction of social reality.

[105] Juan Daniel Montaño Rico. UNAM, Doctorante en Ciencias Políticas y Sociales, México, dany.riico@gmail.com

I.- Hegemonía y construcción de la realidad social

La propuesta teórica de la construcción social de la realidad, de Peter Berger y Thomas Luckmann, converge con el pensamiento de Gramsci en que el individuo se integra como miembro de una sociedad a partir de un proceso impuesto de socialización, en el cual naturaliza el sistema de creencias y valores -conforme con su posición social y cultural- acerca de la organización del mundo y la estructura social en la que se incluye automáticamente cada ser humano desde su entrada al mundo consciente.

Peter Berger y Thomas Luckmann (1968: 162-164) desarrollaron una serie de categorías claves para explicar el proceso de socialización por el cual el individuo internaliza y asume el mundo social. La institucionalización refiere la producción histórica de tipificaciones de acciones habitualizadas y de actores que ejecutan las acciones, que controlan el comportamiento humano mediante pautas definidas. La legitimación es el proceso de explicar y justificar las instituciones, es decir, el conocimiento de por qué las cosas son como son. Los autores señalan que la legitimación proporciona integración a las instituciones de diverso orden al dar sentido a la vida social como un todo. Agregan que el mundo, una vez asumido, puede ser transformado por el sujeto, pues este también externaliza su propio ser.

Mientras Berger y Luckmann se interesan por desarrollar una sociología del conocimiento para aprehender los mecanismos de socialización, Gramsci se interesa en develar cómo las diferentes fuerzas políticas inciden en el proceso de socialización para consolidar una hegemonía, es decir, se centra en conocer la dimensión político-cultural de la socialización, pues éste sucede en estructuras sociales donde "existen verdaderamente gobernados y gobernantes, dirigentes y dirigidos" (Gramsci, 1999b: 175). Define la hegemonía como el momento de la dirección política y dirección moral-intelectual de un grupo social sobre el resto de la sociedad, la cual se obtiene para conquista del consenso, por medio de la expansión de una concepción del mundo compartida (1999b: 37). El consenso presupone que las clases subordinadas

adopten la concepción el mundo de los grupos sociales dominantes, la afirmen discursivamente y que crean seguir cuando su conducta no es independiente y autónoma. La concepción del mundo implica pertenecer a una determinada agrupación social que comparte un mismo modo de pensar y actuar; puede iniciar como proyecto político, pero en el momento de la hegemonía se instala en la conciencia colectiva como parte integral del sentido común (Gramsci, 1986: 245-246). El sentido común se entiende como el pensamiento genérico, ocasional, disgregado, difuso y disperso de una cierta época en un cierto ambiente popular. Sin embargo, los procesos de legitimación otorgan a este pensamiento multidimensional, la suficiente coherencia, claridad y consistencia para que cada individuo de los sectores subordinados pueda entenderlo y ser entendido como un todo (Gramsci, 1999a: 53, 1986: 246, 251).

El Estado es fundamental para operar la hegemonía y coordinar al grupo dominante con los intereses generales de los grupos subalternos en una continua lucha de equilibrios (Gramsci, 1999b: 37). Lo subalterno designa diversas experiencias y formas históricas en que se manifiesta la desigualdad y la subordinación determinada por una relación de hegemonía, y la condición subalterna, desde una mirada historizante, se define, en gran medida, por la manera específica en cómo son incorporados dentro del Estado. En dicha lucha de equilibrios prevalecen los intereses del grupo dominante, pero implica que éstos tengan en cuenta los intereses y las tendencias de los grupos sobre los cuales se ejercerá la hegemonía para formar un cierto equilibrio de compromiso y alcanzar un conformismo social, el cual podríamos entender como la legitimación del orden establecido (o la sedimentación de una concepción del mundo en el sentido común de las sociedades). La operación hegemónica dentro del sentido común es legitimar, institucionalizar y naturalizar un orden social establecido y eludir su posible transformación.

Para ser hegemónicas, las concepciones dominantes se incorporan, con una presencia masiva, en el orden institucional y se inscriben en las relaciones sociales de la vida cotidiana. Por tanto, en las sociedades contemporáneas los sistemas de comunicación juegan papel insoslayable en la construcción social de la realidad, pues tienen un lugar central en la experiencia

cotidiana; y dentro de los intercambios simbólicos mediáticos, las organizaciones informativas son un elemento primordial.

II.- Periodismo como construcción de la realidad social

Desde la teoría de la construcción social de la realidad, Gaye Tuchman (1983: 13) identifica las noticias como un marco de referencia a través del cual el público socializa el conocimiento y el orden social establecido al que está sujeto. El periodismo narra la realidad y ayuda a constituirla "como un fenómeno social compartido, porque, en el proceso de describir un evento, las noticias definen y dan forma a ese evento" (Tuchman, 1983: 197-198). El marco de referencia que aportan las narraciones periodísticas es constituido y reconstituido por las organizaciones informativas con influencia de determinadas circunstancias o factores que intervienen en la producción, regulación, comercialización y consumo de las noticias que obligan a las organizaciones informativas a establecer particulares -y cambiantes- rutinas periodísticas y valores de noticiabilidad mediante las cuales los informadores localizan, seleccionan, construyen, jerarquizan y difunden los acontecimientos periodísticos.

Tuchman señala que existe una estrecha relación entre el periodismo y el desarrollo del Estado contemporáneo y la manutención del status quo, pues "la noticia se apoya en las estructuras institucionales y, a la vez, las reproduce" (1983: 224). Los grupos de comunicación y conglomerados mediáticos son prosistema, puesto que al ser actores clave en las economías domésticas e internacionales utilizan "sus medios para apoyar esas economías y preservar los sistemas sociopolíticos que les permiten seguir generando ganancias" (McNair, 1998: 103); reproducen y refrendan los valores necesarios para el sistema de poder y privilegio, por tanto, tienden a respetar las exigencias fundamentales del capitalismo y las instituciones y relaciones sociales que lo sustentan.

Aunque se realicen críticas democráticas a las instituciones, se denuncie la corrupción política y se presiona al gobierno e instituciones desde el quehacer periodístico, la naturalización de la democracia liberal – y su reducción a los aspectos procedurales del proceso de constitución de la autoridad política y a la maquinaria gubernamental- que opera el discurso periodístico

hegemónico conlleva la aceptación del orden establecido porque la acción política, llevada a cabo dentro de las normas que el sistema legal impone, no afirma la destrucción y la instauración de otro tipo de institucionalidad democrática que no legitime las relaciones de explotación, privilegios y desigualdad.

III.- Buen sentido subalterno

Los grupos subalternos son pasivos ante las condiciones de desigualdad social y antagonismos inherentes al capitalismo que los atraviesa, lo que abre la posibilidad de rebelarse, de insubordinarse. El sentido común aparece como un espacio fundamental para la lucha política entre los grupos dirigentes y los subordinados. Que los grupos sociales subalternos puedan tomar conciencia de sus condiciones de vida es el inicio para la acción política. Dentro del nudo multifacético del sentido común, Gramsci identifica el buen sentido, que corresponde a la crítica que realizan los grupos subalternos a la concepción del mundo adoptada, a partir del reconocimiento del sí mismo como producto del proceso histórico; y que puede alcanzar la superación de ésta mediante la ordenación de manera sistemática, unitaria y coherente de las propias intuiciones de la vida y del mundo (1986: 246-247).

El conjunto de ideas del buen sentido tiende a cristalizar en un proyecto político, es decir, a una específica concepción del mundo, integrada por el conjunto sistemático, unitario y coherente de creencias, valores y representaciones de cómo se debe organizar y estructurar económica, social y culturalmente la sociedad que comparte un grupo social y que orientan su acción política en busca de transformaciones inmediatas o la hegemonía en el contexto de disputa por el poder político.

Para la construcción de una concepción del mundo coherente y unitaria, Gramsci ve fundamental el papel de los intelectuales orgánicos que emergen de o se adhieren a los grupos sociales que toman conciencia de su posición subalterna, producen nuevas formas de generación de conocimiento diferentes a los tradicionales y cumplen una función educativa, organizativa y directiva, tanto en el campo de la producción, en la cultura y en la política (Gramsci, 1986: 360, 1999ª: 103). Para convertirse en fuerza social y proyecto político es necesario que las nuevas ideas y conocimientos sean difundidos y acogidos por amplios grupos

como una cultura; se habla entonces de que la acción política es también una lucha cultural para transformar la "mentalidad" popular (Gramsci, 1986: 209,331).

Gramsci identifica al periódico (o un grupo de periódicos) como organización política y un espacio abierto de labor para los intelectuales. Para Borrat (2006: 303), los medios informativos son siempre "actores políticos, narradores y participantes de una gran diversidad de conflictos que, en gran parte, son conflictos de poder [...] hacen política de muchas maneras mediante su influencia sobre la distribución de poder". La influencia del periodismo se puede entender como expresión de la lucha cultural que menciona Gramsci, ya sea para sostenimiento del statu quo como para su transformación.

Grupos subalternos activos en la lucha política hacen uso de medios de comunicación y la práctica informativa para organizarse y contraponerse a la naturalización de las desigualdades en las condiciones de vida entre los diferentes grupos sociales. Son medios que, como ya se señaló, toman posturas como parte participante de los conflictos.

IV.- La radio comunitaria como medio para las narrativas informativas subalternas

Se entenderá por radio comunitaria a las organizaciones radiofónicas gestadas por un colectivo, organización o comunidad que se reconoce como integrante de un grupo social subalterno en sí, es decir, como tal, porque comparten frente a otros grupos ciertas condiciones económicas, espaciales y culturales, entre otras; pero cuyo relación comunicativa se caracteriza por ser para sí, es decir, narra y cuestiona la experiencia y conflictos de la vida subalterna bajo la conciencia de la posición social del grupo como devenir histórico, a la vez que genera (o busca generar) procesos de unidad y organización para la defensa de intereses comunes de transformación social. Responden a un proyecto político-comunicacional con un horizonte de transformación de las relaciones sociales, en contextos determinados, en relación y en respuesta a necesidades, preocupaciones, demandas, identidades e intereses de la comunidad donde se inserta, es decir, tienen una finalidad social concreta. La radio es comunitaria por los procesos de apropiación social que genera, es decir, su forma de propiedad y organización es colectiva y

democrática, con accesibilidad de la comunidad en la que está inserta en la producción y planeación del medio, pero también en los procesos de sostenibilidad (Gumucio, 2011: 32).

La comunicación que realizan los grupos subalternos mediante sus medios generalmente tiene por objetivo reivindicar una identidad cultural y suministrar entretenimiento, noticias, información, comentarios, análisis e interpretaciones a comunidades específicas e identificadas con las que guardan relación (Atton & Hamilton, 2008: 1), definidas en términos geográficos o socioculturales, con el fin de provocar acciones con un horizonte de transformación social. Narran los conflictos desde una posición de participante en ellos. A consideración de Atton y Hamilton (2008: 2), el perfil de sus informadores se caracteriza por ser sujetos comprometidos con una concepción del mundo, quienes típicamente tienen poco o ningún entrenamiento o cualificaciones profesionales como periodistas, aunque no necesariamente; escriben y reportan desde ese punto de vista "para presentar noticias relevantes para los intereses de esas comunidades, de una manera que sea significativa para ellas, y con su colaboración y apoyo" (Atton, 2001: 112). Atton (2001: 5) nombra a estos creadores como escritor activista y reportero nativo.

Estas radios fungen como espacios de formación de intelectuales que dicho grupo social o comunidad necesita, cuya habilidad intelectual no se reduce al campo técnico de la comunicación, sino que se amplía a la crítica y cuestionamientos en el campo político. Escritores activistas o reporteros nativos se pueden identificar como una categoría de intelectual orgánico. La labor periodística de estos intelectuales orgánicos es el vehículo por el que se difunde la filosofía y cultura del grupo subalterno en su conjunto. De esta manera, activismo y trabajo intelectual están fuertemente vinculados, pues los discursos de los activistas escritores proporcionan un marco amplio de interpretación donde se pueden comprender las acciones individuales y colectivas a la vez de construir la subjetividad de un sector o movimiento social (Atton, 2001: 121).

Conclusión

Con la anterior argumentación teórica se observa la pertinencia y poder explicativo que posee el enfoque político y cultural desarrollado por Gramsci para abordar y analizar la práctica situada de las radios

comunitarias que responden a proyectos políticos que emergen de los grupos subalternos en proceso de insubordinación. Asimismo, se vuelve enriquecedor la perspectiva gramsciana para reflexionar sobre el ejercicio periodístico en la actualidad cuando se le hace dialogar con perspectivas teóricas enfocadas al periodismo, la comunicación mediática y la economía política de la comunicación, pero también con el pensamiento crítico hacia la democracia liberal o parlamentaria.

Volver a Gramsci da luz para replantear y actualizar el debate en torno a enfoques como la comunicación alternativa o la comunicación popular, o corrientes más recientes como la comunicación emergente, en particular en el actual entorno digital, pues evita caer en el individualismo y optimismo tecnológico y regresa a la centralidad de la acción política, a la dimensión cultural y la producción de subjetividad política que conllevan a la acción social.

Cabe destacar también la pertinencia de las radios comunitarias como objeto de investigación, pues aún con la fuerte propagación e impacto de la tecnología digital en la sociedad y la transformación del panorama mediático actual, la radio sigue representando una posibilidad importante para la participación de diversos grupos y sectores sociales en el debate y en los asuntos públicos.

Referencias

Atton, C. (2001). Alternative media. London: Sage.

Atton, C., & Hamilton, J. (2008). Alternative journalism. London: Sage.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1968). La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortu. https://doi.org/10.1007/BF00219282

Borrat, H. (2006). Los periódicos, narradores en interacción. En Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción (pp. 157-351). Buenos Aires: La Crujía.

Crehan, K. (2018). El sentido común en Gramsci. La desigualdad y sus narrativas. Madrid: Morata.

Gramsci, A. (1986). Cuadernos de la cárcel. Tomo IV. México: Era.

Gramsci, A. (1999a). Cuadernos de la cárcel. Tomo I (2da. ed., Vol. 1). México, D.F.: Era/BUAP.

Gramsci, A. (1999b). Cuadernos de la Carcel. Tomo II. (V. Garratana, Ed.) (2da.).

México, D.F.: Ediciones Era/Benemerita Universidad Autónoma de Puebla.

Gramsci, A. (1999c). Cuadernos de la Cárcel. Tomo V. (V. Gerratana, Ed.). Ciudad de México: Ediciones Era/Benemerita Universidad Autónoma de Puebla.

Gumucio Dagron, A. (2001). Haciendo Olas: Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social. New York: Rockefeller foundation.

McNair, B. (1998). The sociology of journalism. London: Arnold.

Tuchman, G. (1983). La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gustavo Gili.

Disposición al perdón y la reconciliación por parte de las mujeres víctimas del conflicto armado en su cotidianidad

Disposition to forgiveness and reconciliation by women victims of armed conflict in their daily lives

Elva Mónica García Bustamante [106]

Gina Marcela Arias [107]

Resumen: Esta investigación se pregunta por la disposición al perdón y la reconciliación que tienen las mujeres víctimas del conflicto armado en el marco de la paz territorial, la incidencia de los discursos de los medios de comunicación sobre la ejecución del acuerdo de paz y por los relatos que ellas mismas construyen frente a sus luchas cotidianas por la restitución de sus derechos.

Se aborda desde un enfoque mixto, en lo cuantitativo se aplicó un protocolo psicosocial a 122 mujeres de la región del Eje Cafetero, Montes de María y Santander. Desde lo cualitativo, se optó por la metodología que promueve la Ruta Pacífica de Mujeres, centrada en utilizar dispositivos para que las participantes hagan consciencia de sí desde su corporalidad y de su rol. Los cuales se convierten en generadores de diálogo, debate y reflexión en torno a una situación determinada.

En la lucha por sanar el alma, las mujeres víctimas han hecho un desplazamiento cognitivo y emocional consigo mismas, han logrado una consciencia de sí en su condición de género, su corporalidad y su ser social. Y el afrontamiento en generan códigos diferentes que no están dados por la moral.

[106] Elva Mónica García Bustamante. Universidad Tecnológica de Pereira. Doctora en comunicación, Colombia. emgarcia@utp.edu.co

[107] Gina Marcela Arias, Doctora en Ciencias Sociales. Universidad Católica de Pereira. Colombia, gina.arias@ucp.edu.co.

Palabras Clave: víctimas del conflicto armado, relatos, mujeres.

Introducción

La ponencia que aquí se presenta, corresponde a uno de los objetivos del estudio denominado *Afrontamiento, perdón, reconciliación y otros desafíos para las mujeres víctimas del conflicto armado colombiano,* financiado por la oficina de Cooperación Universitaria para el Desarrollo (CUD) de la Universidad del País Vasco, realizado con la Universidad de Burgos (España), la Universidad Católica de Pereira en alianza con la Ruta Pacífica de las Mujeres (Colombia).

El estudio vincula los saberes de la psicología social y la comunicación, su interés se centra en analizar los procesos emocionales de perdón y reconciliación y el afrontamiento de la violencia por parte de las mujeres víctimas. En especial, está dirigido a las mujeres de la Ruta Pacífica, en la que participan directamente 970 mujeres, representantes de 288 organizaciones que difunden sus acciones a cerca de 10.000 mujeres, ubicadas en 64 municipios de 9 regiones afectadas por el conflicto armado.

MUCOCO, Mujeres Conflicto Colombia, es la nominación que se le ha dado al estudio, el cual se ha realizado en dos fases: en la primera, MUCOCO I (2018-2019), se trabajó con mujeres víctimas del conflicto vinculadas a la Ruta en municipios del Eje Cafetero y el departamento de Bolívar. Para ello, se aplicó un protocolo psicosocial, netamente cuantitativo, que involucra distintas escalas de medición de las violencias, mecanismos de afrontamiento, disposición al perdón, confianza en las instituciones, entre otras. Buscando dar respuesta a qué estrategias resultan adaptativas y cuáles no para afrontar la violencia.

Adicional a ello, se hicieron encuentros con las mujeres para que de manera más simbólica se interpelara concepciones y sentidos frente al perdón. Para así, tener elementos cualitativos que permitieran profundizar en dichas disposiciones.

En la siguiente fase, MUCOCO II (2020-2022), se trabajó con mujeres de la ciudad de Bucaramanga - Santander y de Quinchía y Guática - Risaralda. En esta etapa,

vincularon la dimensión comunicacional con el interés de explorar dos aspectos: uno, relacionado con la incidencia que tienen los medios de comunicación en dicha disposición, dado que en su ejercicio de informar sobre los avances y retrocesos del acuerdo de paz generan sentimientos de confianza o incertidumbre, el análisis de esta intermediación, permitirían identificar elementos simbólicos y políticos que afectan los modos de pensar, sentir y actuar de las mujeres víctimas frente al perdón y la reconciliación en lo colectivo. Dos, la indagación por los relatos que ellas mismas construyen sobre sus luchas cotidianas para la restitución de sus derechos.

En este sentido, el interés del presente texto se centra en dar a conocer el avance de un primer análisis que se desarrolló sobre los relatos contados por las mujeres de San José del Playón en los Montes de María a través de las actividades simbólicas desde el enfoque cualitativo.

¿Por qué preguntarse por el perdón?

En el marco de los Diálogos de La Habana, el 6 de diciembre de 2015, se realizó el *Acto de reconocimiento de responsabilidad y petición de perdón de las Farc a las víctimas de Bojayá*, Pastor Alape fue el encargado de pronunciar el discurso,

> Hace 13 años que pesa en nuestros hombros el dolor desgarrador que les afecta a todas y todos ustedes (...) cargamos un pensó angustiante que hiere el corazón de toda la guerrilla desde ese fatal desenlace que sigue retumbando en la memoria de todos (...) Sabemos que estas palabras, como hemos manifestado en varias ocasiones, no reparan lo irreparable, ni devuelven a ninguna de las personas que perecieron y tampoco borran el sufrimiento causado. Sufrimiento que se refleja en los rostros de todas y todos ustedes por quienes ojalá algún día seamos perdonados. (Comité por los derechos de las víctimas de Bojayá, 2015).

Acto que traía a la memoria el fatídico 2 de mayo de 2002, donde la sociedad civil fue víctima de los enfrentamientos entre la guerrilla y los paramilitares, causaron la muerte de 79 personas y dejaron 100 heridos en la iglesia con un cilindro bomba.

Después de la culminación de la mesa de negociación de La Habana, fueron frecuentes los discursos del ex presidente Juan Manuel Santos y de los altos mandos de este movimiento insurgente, sobre la necesidad de perdonar, de pasar la página y dar paso al

futuro y a otro momento para el país. Como es evidente en el discurso del ex presidente Santos el 26 de septiembre del año 2016, día de la firma del Acuerdo de Paz en Cartagena de Indias:

> Hace unos días vimos –impactados– cómo los familiares de los diputados del Valle del Cauca asesinados se encontraron con miembros de las Farc en La Habana. En ese evento, Pablo Catatumbo reconoció que había sido "el episodio más vergonzoso", y Fabiola Perdomo –viuda de uno de los diputados– dijo que estas palabras no solo las liberaban a ella y a su hija, sino que también liberaban el alma de su esposo. ¡Esa es la liberación que da el perdón! El perdón que no solo libera al perdonado, sino también –y, sobre todo– al que perdona. (Presidencia de la República, 2016)

Perdón, reconciliación, pasar la página, dejar el pasado atrás, mirar hacia el futuro. Hace parte de los dispositivos retóricos que desde ese momento se han intentado fijar en la sociedad colombiana en el marco de la implementación del Acuerdo para la construcción de una Paz estable y duradera; no obstante, a tres años de implementación se observan avances en algunas de las 548 disposiciones del Acuerdo, pero la gente en los territorios no está percibiendo que su vida mejore (Kroc Institut, 2019), lo que indica que la promesa de un futuro mejor no se está cumpliendo.

Anotaciones conceptuales

Los estudios (Panos Institut, 1995; Cockburn, 2007; Ruta Pacífica de las Mujeres, 2013, 2014) reconocen los impactos y las afectaciones en las mujeres, pero también han puesto el foco en las formas como las mujeres se organizan, se involucran y participan en los conflictos armados, bien sea como combatientes o en iniciativas comunitarias de resistencia a la violencia y de construcción de paz. En esta investigación, interesa enfatizar en las organizaciones y experiencias comunitarias de las mujeres para reconstruir el tejido social, hacer frente a las situaciones de violencia, encontrar apoyo y sostén político y emocional en las organizaciones de base, lo que les posibilita hacer más llevaderas estas experiencias de violencia.

Kimberly Theidon (2004), antropóloga y estudiosa del conflicto armado en el Perú, analizaba las posiciones de las mujeres en la guerra y cómo en los arreglos de género, son las mujeres las que llevan públicamente el dolor de sus pueblos, lo que Veena Das (2008) nombra como la gramática cultural

del duelo, indicando que las mujeres "muestran" la pérdida, la muerte y la destrucción. Esta perspectiva resulta imprescindible para comprender los mecanismos de resistencia, de memoria, de iniciativas de resolución no violenta de los conflictos y de construcción de paz, son adelantadas de manera distinta por las mujeres. Como lo indica Rita Segato sobre el ejercicio de la política en clave femenina: "la práctica política femenina no es utópica sino *tópica* y cotidiana, del proceso y no del producto" (2016, p. 31), lo que nos motiva a enfocar este análisis en los procesos de reparación individual y comunitaria desde las posibilidades e imposibilidades del perdón, en clave de las experiencias cotidianas de las mujeres, generando un punto de vista diferenciador en razón del género y que es útil para la construcción de un saber localizado (Haraway, 1991).

De otra parte, los estudios de género y feministas también han enseñado sobre la necesidad de cruzar otras dimensiones o variables que contribuyen a construir una visión más amplia de los fenómenos. El cruce entre el género, la clase y la raza –enfoque interseccional- es fundamental para dimensionar las relaciones de poder, las posiciones que adoptan los sujetos y la potencia para asumir las situaciones que enfrentan (Cockburn, 2007; Curiel, 2011). En ese sentido, las mujeres de las que aquí hablamos son mujeres-negras-empobrecidas, desde esas posiciones hablan, resisten e incluso persisten en la necesidad de salir de la guerra para llegar a lo que ellas frecuentemente nombran como un mejor vivir o vivir en paz.

Enfoque de abordaje

El estudio tiene un abordaje mixto. En lo cuantitativo, se aplicó un protocolo psicosocial a 122 mujeres de la región del Eje Cafetero (Supía, Quinchía y Guática), de San José del Playón (Bolívar) y Bucaramanga (Santander), en él se indaga sobre las escalas de: violencia, de gravedad de síntomas del trastorno de estrés postraumático, de afrontamiento y regulación emocional, de emociones, de esperanza, apoyo social comunitario, confianza en las instituciones.

Desde lo cualitativo, se realizaron grupos focales y entrevistas con las mujeres participantes. Con ellas se aplicó la metodología que promueve la Ruta Pacífica de

Mujeres, la cual se centra en utilizar dispositivos para que las participantes hagan consciencia de sí desde su corporalidad y de su rol. Los cuales se convierten en generadores de diálogo, debate y reflexión en torno a una situación determinada.

Los encuentros implicaron un momento de presentación de cada una de las integrantes desde la sororidad, posteriormente a partir la cartografía corporal las mujeres ubicaban en la silueta de sus cuerpos qué pensaban y qué sentían acerca del perdón, cuando realizaron los dibujos contaron lo que habían sentido y pensado frente al ejercicio. Esto posibilitó la expresión de sentimientos y pensamientos frente al perdón desde los cuerpos y sentires femeninos, como se muestra en las imágenes.

Las mujeres asistentes son afrodescendientes, indígenas y mestizas, con bajo nivel de escolaridad, en edad adulta y que pertenecen a procesos organizativos como la Asociación Santa Rita para la Educación y Promoción “FUNSAREP”,

Fuente: mujeres participantes del taller en San José del Playón (2018).

Fuente: mujeres participantes del taller en San José del Playón (2018).

El territorio de San José del Playón fue afectado severamente en las décadas de los años 90 y principios de los años 2000 por las guerrillas del ELN (Ejército de Liberación Nacional), EPL (Ejército Popular de Liberación), FARC (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia); grupos paramilitares organizados en las AUC (Autodefensas Unidas de Colombia) y las Fuerzas Militares. Estas mujeres vivieron experiencias violentas como los asesinatos selectivos de sus esposos o hijos, control de la población a través del miedo ejemplarizante, desplazamientos forzados y despojo de tierras, estigmatización, violencias sexuales y la masacre de sesenta personas conocida como "la quema" que inició el 18 de agosto del año 1999 ejecutada por las AUC.

Las vivencias violentas generaron en las mujeres cambios en sus roles y dinámicas debido al miedo y la ausencia de sus esposos, pues comenzaron a asumir responsabilidades económicas, que por los roles tradicionales de género eran asignadas a ellos. Algunas de estas mujeres en la actualidad presentan secuelas en su salud física, mental y sexual, por las dificultades para olvidar y sanar lo vivido. Estos hechos, también fomentaron en las mujeres empoderamiento, lo que les ha permitido salir adelante y generar redes comunitarias de sororidad en donde los aportes que cada una hizo en el proceso de las otras fueron fundamentales.

Disposiciones al perdón y la reconciliación

Aliviar el alma

El camino para nada es fácil. El perdón es un derecho que imprime en las víctimas una tensión constante entre su devenir como persona que desean *sanar* y en la que reclaman justicia material y divina. Sanar es lo invariable que repiten las mujeres, un vocablo cuya definición de la RAE se refiere a la "restitución de la salud que se había perdido*".* Las mujeres describen un dolor intenso en el pecho, que siente como una opresión permanente de la cual hay que liberarse para que haya alivio, repiten la idea de *sanar el alma de todo dolor*. Dicen,

> Perdonar es algo que debería hacer para vivir con su alma, cuerpo y mente tranquila y estar libre de pensamientos malos. Y depende de la magnitud del daño causado, así se facilita más el perdonar. (Participante – San José del Playón).

La acción de perdonar está condicionada a diversas variables como, el conocimiento de los hechos, la respuesta del sistema judicial, los tipos de agresiones, la estructura mental de la víctima, el entorno y el tejido social de apoyo que le ofrecen contención. Las víctimas conviven con la necesidad constante de superar las secuelas traumáticas que dejan los agravios como miedos, recuerdos, vergüenza, señalamientos y autocensura a sus modos de pensar y actuar que obstaculizan el su devenir. La tristeza y el desosiego profundo que viven las aferra de manera reiterada en los hechos de dolor.

> El perdón para mí es un tema muy difícil, ya que he querido cambiar, pero no he podido. La manera de ser. Yo guardo mucho rencor a las personas que de algún modo me han hecho algún daño, ya sea físico o sentimental. Es algo que, debería hacerse para vivir con el alma y el cuerpo tranquila. Si uno perdona siente que descansa… Pero es algo que, para mí, no he podido lograr… (Participante – San José del Playón).

La incidencia de lo religioso se evidencia en los relatos de dos maneras: uno, las mujeres que depositan en la justicia divina desde un acto de convicción que les regula sus formas de pensar y actuar y, dos, aquella que, a pesar de su creencia no están dispuestas al perdón. López et al. (2018) interpretan esta contradicción como una forma de desentendimiento de la ciudadanía con los problemas del país asociados al conflicto armado. Podría agregarse que, el odio capitalizado en contra de un actor armado –las guerrillas, principalmente las FARC- por parte de un sector político, la manipulación de los medios de comunicación y de la información alrededor de la implementación de los Acuerdos y un contexto político adverso a la paz, contribuyen de manera significativa en que dichas disposiciones al perdón sean bajas.

El olvido y el rencor no son excluyentes

El olvido no es una opción. Para algunas de las víctimas el callar y no hablar del agravio de manera insistente es la posibilidad de sobrellevar la situación, sin embargo, para la mayoría, el recuerdo se convierte en una herramienta que dinamiza su acción como sujetos sociales y políticos. Aunque, dicho recordar tiene sus matices y delinea una frontera muy delgada entre el perdón y el rencor.

El recuerdo, en las víctimas tiene una doble función, por un lado, se asume como un tributo que le hacen a sus seres queridos,

otorgándoles con ello, lugar e identidad. De otro, es un dispositivo que utilizan para sí mismas, les da un lugar en el contexto social, se les reconoce y legitima su acción en pro de una reparación simbólica y material. Y viéndolo más allá de las víctimas, el narrar lo que les pasó, contribuye a la memoria colectiva y a lo que somos como colombianos. Sus testimonios permiten dar cuenta de las particularidades y rasgos distintivos del conflicto armado en las regiones. De ahí, que su dolor se convierta en un sentimiento público que se reclama para la comprensión de lo social que, a veces, se puede trasgredir la línea entre el ámbito privado y el público.

Se encontró que el *recuerdo* lo vinculan a tres variables que inciden en las formas de pensar, sentir y actuar de las víctimas: una, el entorno familiar, con la pérdida de un ser querido, hijo, esposo o pareja, las mujeres pierden un soporte emocional y económico. Pasan a ser cabeza de hogar, asumir la crianza de sus hijos en soledad y la lucha diaria por su bienestar les reitera la ausencia del otro y hace que el agravio sea consciente de manera permanente lo que les fomenta aversión.

Segunda, el contexto social, las víctimas afirman ser señaladas por la sociedad circundante de forma silenciosa, son responsabilizadas de la situación violenta que experimentaron y discriminadas por las acciones que emprenden para reparar el daño. Tercera, la culpa, varias de las víctimas pasan por una etapa de autoculpabilizarse, se juzgan a sí mismas. Repasan en su mente los hechos y terminan reprochándose sus actuaciones, y esto es más frecuente entre las víctimas que han sido agredidas sexualmente, quienes mezclan sentimientos de vergüenza, rabia, humillación.

De acuerdo a sus relatos, la primera opción es, callar. Lo que las aflige aún más. Cuando deciden contarlo, sus familiares no son la primera opción, los amigos, profesionales de organizaciones sociales y las autoridades son a quienes acuden.

> No uso falda. Fui víctima de violencia sexual y esa son algunas de las cosas que todavía me maltratan…No muy de fondo. Porque yo me he recuperado doy gracias a Sandra y a Dunia y a otras organizaciones que me apoyaron mucho, aquello ha quedado atrás. Pero para mí la falda no la veo como parte de mi vida, eso lo dejé atrás. Siento que si me pongo pantalón estoy más segura. Para mí, el perdón a través de todo lo que yo viví. Llegar a una cárcel, violada por

la misma institución, por la policía. Mi vida se vino al piso. Pero luego surgí. Yo misma empecé a darme cuenta de que no podía quedarme ahí. Empecé a denunciarlo, no con las autoridades sino con otras personas a las que les podía contar mi historia, mi vida. Y me di cuenta que yo no era la única y que antes de mí había muchas. … (Participante – San José del Playón).

El trayecto, entre el recuerdo y la culpa al rencor es corto, varias de las mujeres víctimas participantes del taller se reconocían como mujeres rencorosas y a quienes la idea de perdón les he difícil, mas no se niegan la posibilidad de procesarlo.

El perdón es difícil porque uno siempre se lleva en el corazón el rencor. Porque uno dice -si tú me la hiciste, tú me la pagas-. Hace tres años me mataron mi hijo. Y yo siempre he dicho que no he vengado a mi hijo porque no sé quién es. Eso uno lo lleva aquí. Y siempre digo que lo perdone Dios, pero yo no. Porque quien me hace un daño a mí me lo paga. Siempre he dicho que el perdón es liberarse de los malos pensamientos. Pero uno trata de llevarlo siempre lo mejor, pero cuando yo veo a mis nietos y digo quién me dejó a mis nietos huérfanos. Eso se lleva aquí. Y digo que lo perdone Dios, pero yo no. El perdón en mí no va… ¿Cómo perdono a aquella persona a quien no conozco? El perdón es vivir uno en paz. … (Participante – San José del Playón).

Aquí se presenta otra dicotomía. Por un lado, el rencor permite contemplar la idea de venganza que, de alguna manera se amalgama con la noción de mantener la memoria de sus seres queridos. Por el otro, el contexto de la violencia que han vivido en el territorio les ha enseñado que la idea del "ojo por ojo y diente por diente" no alivia. Reconocen el aspecto cíclico de la violencia. Una acción de venganza siempre traerá una reacción igual o mayor. Son, aspectos morales, más que éticos, los que regulan su actuación,

Yo cargaba un dolor muy grande en mi pecho, porque yo decía que tenía que hacerle daño al que mató a mi esposo. Si no lo hago yo, yo lo mando a hacer. Lo bueno era que yo lo hiciera para que aquellas personas que le hicieron el daño a él también sufrieran lo mismo. Pero con estas charlas me he dado cuenta que no es así. Porque tengo ocho hijos, si yo hago un daño de esos, son los hijos los que van a sufrir… La persona que le hizo daño a mi esposo ya la mataron. Yo descansé porque él hizo y ya pagó. Pero yo le digo, Señor señálame a aquella persona de aquí del pueblo que fueron los acusantes para que a él lo mataran… algún día tendré que saber. Y digo, Señor qué hago, lo perdono o tú lo perdonas a él. Yo lo perdono a él… Uno piensa que tiene que matarlo y la mente vive sucia, el corazón vive con agonía. … (Participante – San José del Playón).

La verdad y el perdón se contienen

Las mujeres no conciben el perdón sin la verdad, la urgencia es saber cómo se dieron los hechos, qué motivó la acción, quiénes fueron los culpables y dónde están enterrados sus muertos. Con ello, se "alivia el alma" como acostumbran decir. El perseguir la "verdad" es un proyecto de vida de su lucha y resistencia, este transciende el fuero personal para tornarse en el lazo que cohesiona su accionar en la esfera pública. Las empodera de un discurso para legitimarse ante los diferentes actores políticos, estatales y sociales en el ámbito nacional e internacional.

La verdad, también adquiere un sentido en materia de estudio y compresión de las identidades, costumbres y gestión del poder en las zonas de conflicto para los investigadores, porque los testimonios de las mujeres develan como los actores armados actuaban, significaban y valoraban lo que hacían, permitiendo con ello, mapear las transacciones de poder. En el caso particular de las mujeres, hablan de sus muertos sin necesidad de especificar si pertenecían algún grupo armado en específico, si eran población civil o agentes del Estado, son muertos o desaparecidos cuya ausencia dejó un dolor imborrable.

Esta búsqueda de verdad y justicia implica la escucha del otro, la del victimario. En sus relatos las mujeres dicen que perdonan si el otro de corazón está arrepentido, la pregunta es ¿cómo saberlo? Nadie puede asegurarlo. Las víctimas no hacen énfasis en dicho arrepentimiento, sino en la necesidad de creer para que las condiciones mejoren. El creer o no en el otro, está mediado por la fe, la creencia en un Dios que de alguna manera hará justicia porque ellas, a pesar de su coraje no lo van a hacer.

Algunos estudios corroboran que la perspectiva religiosa puede facilitar el perdón, alienta a los ofendidos a sentir compasión por el agresor y disminuye la necesidad de venganza (Bagnulo, et al., 2009).

Arrepentimiento, reconocimiento de la responsabilidad del agresor frente a los hechos de violencia y una actitud sincera, son tres componentes que se han identificado

como necesarios para que haya posibilidad de perdonar. Tres señales que fortalecen la posibilidad del perdón: pedir perdón, emitir señales gestuales de arrepentimiento y la opción de obtener una compensación, que obedece a lo que entendemos por medidas de reparación, que no siempre son aceptadas por las víctimas como mecanismo para perdonar, pues consideran que los agravios –desaparición forzada, ejecuciones extrajudiciales, secuestro, violencia sexual, etc.- no se pueden perdonar por la vía de la reparación económica.

Tramitar el dolor en lo colectivo

> El perdón y la reconciliación es para uno. Solo después de 9 años supe la verdad. Mi hijo lo despedí en el mar, nos veremos en algún otro momento. Gracias por tu presencia en mi vida. Ese despedirlo también me da a mí calma. La sociedad nos culpa ¿Dónde estabas?, ¿y tú cómo fuiste? Si tú te sentiste que eres culpable, perdónate a ti.
>
> Esa calma en mi vida me da el perdón. Perdónate a ti. Para mí el perdón es una acción de aprendizaje. La sororidad es clave. De diálogo, de llorar mucho o dar pañuelo, Es dejar llorar mucho. La historia de Colombia, ha sido bastante fuerte. Y para hablar de perdón, debemos mirar en que espacio estamos aprendiendo y en qué espacio nos estamos liberando. ... (Participante – San José del Playón).

En la lucha por sanar el alma, las mujeres víctimas han hecho un desplazamiento cognitivo y emocional consigo mismas, han logrado una consciencia de sí en su condición de género, su corporalidad y su ser social. El afrontamiento en colectivo les demostró que son muchas las que han vivido experiencias similares en las que, el trabajo con el espejo, les posibilitó hallar lugares donde acudir para tramitar sus emociones. Apelan a la idea de la sororidad, ese pacto social, ético y emocional que se construye entre mujeres donde hay hermandad desde la diferencia.

La psicóloga social de FUNSAREP, afirmaba que las mujeres llegaban a buscar asesoría, luego se iban quedando para hablar, escuchar a otras y llorar. Llorar acompañadas hace parte del proceso que cada una de las víctimas asume para elaborar sus duelos. Las mujeres de San José del Playón lograron a través de la FUNSAREP y la Ruta Pacífica encontrarse y permitiese reconocerse a sí mismas como víctimas y desde ahí darse la oportunidad de preguntarse por el perdón y la reconciliación.

Uno de los procesos de acompañamiento psicosocial más significativo para las mujeres de San José de Playón, y de las mujeres de Bucaramanga fue la creación colectiva de una obra de teatro, expresión estética que aportó en los procesos de sanación de las mujeres, pues según la psicóloga de FUNSAREP "las mujeres ponían su vida ahí y comenzamos a pensar en el perdón. Cuando iniciamos, la mayoría decía que no perdonaba", con esta expresión se da cuenta de la importancia que tuvo la obra de teatro para las mujeres, ya que, contribuyó en la manifestación en lo público de los dolores que tenían en sus cuerpos y de los silencios que por miedo se habían generado en sus vidas.

A modo de conclusión

La situación en Colombia es compleja y de incertidumbre, el discurso polarizante, la muerte a líderes sociales, una agenda social y política que pone en duda la implementación plena de los acuerdos y el rearme de integrantes de las Farc que estuvieron en La Habana han generado un clima adverso para la construcción de procesos que contribuyan con la reconstrucción del tejido social, para esclarecer la verdad y avanzar en la llamada "paz estable y duradera".

Aun así, es pertinente reconocer que las mujeres persisten en sus procesos organizativos, en la incidencia en los espacios que se han abierto con el Acuerdo de Paz y en profundizar en los que ellas con mucho esfuerzo han generado y en los que se han reconocido como como sujetas en un tejido social.

Por otra parte, reconocer la potencia del colectivo con el poder sanador que se gesta en los procesos comunitarios en los que se reconoce la diferencia y también lo común, el compartir códigos que posibilitan el ejercicio de lo político en la experiencia cotidiana y comunitaria que poco a poco gestan procesos de empoderamiento en los niveles personal, interpersonal y social.

Respecto a los procesos de afrontamiento de las mujeres, se ha encontrado que la relación conflicto armado, narrativas y mujeres han sido estudiados en el país desde la oralidad de las mujeres que se organizan en torno al afrontamiento desde su situación particular como víctimas.[1] De acuerdo con los análisis elaborados sobre el perdón y la

reconciliación, se evidencia una disyuntiva en las mujeres. Si bien ellas reconocen la necesidad de perdonar para tener mayor bienestar emocional, ellas manifiestan resistencia al acto mismo de perdonar. Situación que se complejiza con la desconfianza y desesperanza en la implementación de los acuerdos

Y los medios, refuerzan el sentimiento de dolor, al cruzar las categorías de narrativas, la cobertura informativa del conflicto armado y la incidencia de los medios. Se observó que las mujeres víctimas, como población, no han sido abordadas como audiencia. Es decir, en los diferentes textos sobre perspectiva de género y medios de comunicación no se han evidenciado ni el sentir, ni pensar que tienen las mujeres sobre los mensajes que producen diariamente los medios y periodistas, sino que han sido visibilizadas como un punto de referencia a la hora de estudiar el conflicto armado desde, la mayor parte del tiempo, episodios trágicos como desplazamiento forzado, violación, homicidio y desaparición. (Rincón y Ruiz, 2002; Bonilla 2002; Moreno, 2007; Morales, 2013; Tamayo y Bonilla 2014; etc.).

Referencias

Bagnulo, A, Muñoz-Sastre, M.T, Mullet. E. (2009). Conceptualizations of forgiveness: A Latin America-Western Europe comparison. Universitas Psychologicas, 8 (3) (2009), pp. 673-682.

Bonilla, J. (2002). Periodismo, guerra y paz. Campo intelectual periodístico y agendas de la información en Colombia. Signo y Pensamiento, 21(40), 53-71. Recuperado de https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2841

Cockburn, C. (2007). Mujeres ante la guerra. Icaria Antrazyt.

Comité por los derechos de las víctimas de Bojayá. (2015). Información pública: Comitedevictimasbojaya.org, Recuperado de http: http://www.comitevictimasbojaya.org/index.php/informacion-publica/noticias/34-ojala-algun-dia-seamos-perdonados-farc.

Das, V. (2008). El acto de presenciar. Violencia, conocimiento envenenado y Subjetividad. En F. Ortega. Bogotá.: Universidad Nacional de Colombia.

Haraway, D. (1988). Situated Knowledge: The Science Question in Feminism as a Site of Discourse on the Privilege of Partial Perspective. FeministStudies, 14 (3). 575-99.

Kroc Institut for International Peace Studies. (2019). Informe 3 hacia una paz de calidad en Colombia.

López, A., Correa-Chica, y Castañeda, JG. (2018). Comprensiones de perdón, reconciliación y justicia en víctimas de desplazamiento forzado en Colombia. Revista de Estudios Sociales 63: 84-98. https://dx.doi.org/10.7440/res63.2018.07

Morales, S. (2013). Narrativas mediáticas y procesos de identificación. Un enfoque teórico-metodológico. Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas, 8 (24), 36-50.

Moreno, S. L. R. (2007). Conflicto armado y cine colombiano en los dos últimos gobiernos. Palabra Clave, 10(2), 47-59.

Panos Institute. 1995. Armas para luchar, brazos para proteger. Las mujeres hablan de la guerra. Barcelona.: Icaria-Antrazyt. Romanyá.

Presidencia de la República. (2016). Sitio de Archivo de la Presidencia de la República 2015-2018. Recuperado de http: http://es.presidencia.gov.co/discursos/160926-Palabras-del-Presidente-Juan-Manuel-Santos-en-el-acto-de-firma-del-Acuerdo-Final-para-la-Terminacion-del-Conflicto-con-las-FARC

Rincón, O., y Ruiz, M. (2002). Más allá de la libertad. Informar en medio del conflicto. Signo y pensamiento, 21(40), 72-86. Recuperado de https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2932

Ruta Pacífica de Mujeres (2013). La verdad de las mujeres víctimas del conflicto armado en Colombia. Bogotá: Ruta Pacífica de Mujeres.

Segato, R. 2016. La guerra contra las mujeres. Traficantes de sueños. Madrid.

Soto, J. (2014). La narración oral como herramienta en la construcción de la memoria colectiva de la violencia: experiencia con mujeres víctimas de desplazamiento forzado en Colombia.

Revista Colombiana de Ciencias Sociales, 5(1), 55-76.

Tamayo, C., y Bonilla, J. (2014). El deber de la memoria La agenda investigativa sobre la cobertura informativa del conflicto armado en Colombia,2002-2012. Palabra Clave 17 (1), 13-45. Recuperado de https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/3383/3384

Theidon, K. (2004) Entre prójimos. El conflicto armado interno y la política de la reconciliación en el Perú. IEP Ediciones. Lima.

Imigrantes brasileiros na Espanha: comunicação e ativismo transnacional em contexto de crise econômico-política[108]

Inmigrantes brasileños en España: comunicación y activismo transnacional en contexto de crisis político-económica

Brazilian immigrants in Spain: communication and transnational activism in a context of economic-political crisis

Denise Cogo [109]

Palavras chave: Comunicação, migração brasileira, ativismo transnacional.

Keywords: Communication, Brazilian migration, transnational activism

Introdução e objetivos

Em 2015, último ano com informação disponível no site Ministério de Relações Exteriores (MRE), a comunidade brasileira vivendo fora do país somava 3.083.255[110]. Os dez países com maior número de residente brasileiros eram Estados Unidos, Paraguai, Japão, Reino Unido, Portugal, Espanha, Alemanha, Suíça, Itália e França. (BOGUS e BAENINGER, 2018, p. 8). Dados recentes do Instituto Nacional de Estatísticas (INE) indicam que, em 1 de janeiro de 2018, viviam na Espanha, 130.975 brasileiros, dos quais 83.405 são mulheres e 47.390 são homens. A Comunidade Autônoma da Catalunha, onde se situa Barcelona, é a região espanhola onde há maior registro de presença de brasileiros.[111]

[108] Artigo com resultados da pesquisa desenvolvida, entre outubro de 2018 e fevereiro de 2019, durante estágio realizado no Instituto de la Comunicación (InCom) da Universidade Autônoma de Barcelona (UAB) com Bolsa de Pesquisa no Exterior, processo número 2018/02581-4, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

[109] Professora Titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo. Pesquisadora 1C do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Brasil.

[110] Os dados do MRE não incluem a parcela expressiva de brasileiros que se encontram em situação não documentada.

[111] Um total de 29.475, dos quais 22.234 residem na cidade de Barcelona. Disponível em: www.ine.es

Na perspectiva dos vínculos migratórios entre Brasil e Espanha, esse artigo apresenta os resultados de uma pesquisa que teve como objetivo analisar a comunicação e o ativismo transnacional de imigrantes brasileiros na cidade de Barcelona contra o processo de impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff [112].

Transnacionalismo, ativismo migrante, tecnologias e redes sociais – marco teórico

Retis (2018) lembra que as aproximações teóricas ao transnacionalismo surgem nos anos 90, conformando um campo de reflexão e crítica sobre o nacionalismo metodológico e a necessidade de integrar, nas análises sobre as migrações, os espaços e condições de origem e destino dos migrantes, o que possibilitaria compreender como os imigrantes não rompem com o país de origem, mas configuram um campo social transnacional.

Guarnizo (2004) emprega a expressão "viver transnacional" para postular que as dinâmicas de transnacionalismo migrante não se reduzem ao impacto econômico das remessas monetárias norte-sul nas localidades de origem, mas se compõe de um intenso fluxo de ideias, comportamentos, identidades e capital social que coloca em relação as comunidades dos países de acolhida e emissores de migração. Mezzadra (2005) ressalta, que a constituição de novos espaços transnacionais não sugerem, contudo, a produção, por parte dos migrantes, de um espaço organizado de conexão unidirecional entre o lugar de assentamento e o lugar de origem, mas sim de espaços de contínuos e contraditórios movimentos de desterritorialização e reterritorialização que decorrem dos processos de globalização e reconfiguram a própria noção de espaço e pertencimento.

Tarrow (2010, p. XII) define o ativismo transnacional como aquele constituído por um subconjunto de pessoas e grupos que se encontram enraizados em contextos nacionais específicos, mas que se envolvem em atividades de luta política que os levam a participar em redes transnacionais de contatos e conflitos. No caso dos migrantes,

[112] O processo de impeachment foi concluído em 31 de agosto de 2016, resultando na cassação do mandato da ex-presidenta Dilma Rousseff. O ativismo dos brasileiros em Barcelona se alinha ao entendimento do impeachment como golpe, compartilhado por alguns setores políticos e sociais brasileiros, pelo fato de ter sido aprovado com ausência de provas no processo jurídico, e por ter sido movido por interesses de agentes políticos e econômicos, especialmente aqueles envolvidos no âmbito da chamada Operação Lava Jato, de combate à corrupção.

as ações podem abranger desde a remessa de dinheiro e/ou visitas regulares dos ativistas aos países de origem para investimento em empresas, obras filantrópicas e organizações de eventos culturais, até a intervenção e participação direta nos processos políticos e eleitorais nesses países. No entanto, Tarrow não deixa de ressalvar que essa participação não exclui os nacionalistas imigrantes que mobilizam discursos das diásporas para, através do uso da violência, desestabilizar ou derrubar governo dos países de origem, como, por exemplo, os croatas do Canadá, os irlandeses de Boston e os curdos da Alemanha.

Navarro García analisa a emergência de vozes coletivas dos migrantes e a renovação das modalidades de participação e mobilização políticas através do uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) para evidenciar a produção do que denomina de "novas esferas públicas transnacionais". Nesses espaços, segunda ela, "as populações migrantes e não migrantes podem se reencontrar, compartilhar interesses e valores comuns, assim como podem se mobilizar juntas para defender causas em novos espaços de ação coletiva". (Navarro García, 2014: 80).

A ação política dos migrantes, através usos das TICs, pode ser compreendida, ainda, no marco das atuais formas de mobilização transnacionais que se baseiam em redes descentralizadas e horizontais, no trabalho coletivo com suporte da internet, na mundialização do protesto, na simultaneidade das ações de resistência e nas dimensões estéticas e comunicativas do ativismo político. Nesses novos modos de intervenção, a globalização da experiência é recriada localmente, e o espaço público urbano de interação cara a cara se articula com a dimensão mediada das redes digitais, tornando difusas as fronteiras entre os chamados mundos online e off-line, (Lago Martínez, 2015).

Metodologia da pesquisa

A metodologia da pesquisa, de caráter qualitativo, abrangeu dois procedimentos - a realização de sete entrevistas semiestruturadas com sete ativistas brasileiros em Barcelona e a coleta de materiais comunicacionais digitais produzidos e/ou compartilhados por esses ativistas em espaços comunicacionais digitais, como as redes sociais Facebook, o

aplicativo de mensagens WhatSapp[113], além sites e blogs onde foram compartilhados conteúdos vinculados às mobilizações desses imigrantes contra o impeachment [114].

Dos sete brasileiros entrevistados em Barcelona, dois homens e sete mulheres, dois têm origem afrodescendente[115], e se situam na faixa etária entre 35 e 64 anos. Os entrevistados procedem de cidades das regiões Sul, Sudeste e Nordeste de Brasil e possuem distintos tempos de residência em Barcelona – entre 2 e 25 anos – conforme sintetizamos na tabela a seguir:

Nome[116]	Idade	Ocupação atual	Cidade de origem	Tempo de residência em Barcelona
Anna	55	Professora de português e música. Artista	Belo Horizonte (MG)	10 anos
Daiana	35	Livreira e capoeirista	Rio de Janeiro (RJ)	17 anos
Edi	61	Músico	Rio de Janeiro (RJ)	22 anos
Flavio	46	Administrativo no Consulado Brasileiro	Olinda (RJ)	13 anos
Ivonete	52	Advogada	Salto de Lontra (PR)	11 anos
Juracy	64	Psicóloga aposentada	Curitiba (PR)	2 anos
Maria	49	Departamento Financeiro de empresa	Aracajú (SE)	25 anos

Tabela 1. Caracterização dos brasileiros entrevistados. Fonte: Elaboração própria

[113] Especialmente o grupo do WhatSapp – Amigos da Democracia – referido pelos primeiros entrevistados. Também pelo WhatSapp, contatei os entrevistados e agendei as entrevistas.

[114] Algumas imagens utilizadas nesse artigo, foram cedidas por Edi, um dos entrevistados que as produziu.

[115] Ambos (Edi e Daiana) se auto-reconhecem como afrodescendentes.

[116] Os entrevistados autorizaram o uso de seus nomes.

Seis dos entrevistados relataram terem vivenciado o que se pode definir como experiências de circularidade migratória, especialmente no que se refere ao eixo binacional Brasil-Espanha, mas também no trânsito por outros países da Europa, como França, Alemanha e Portugal, seja para viver temporadas, seja para trabalhar alguns meses, visitar ou passar férias. Juracy, aposentada, vive, anualmente, temporadas na Espanha e no Brasil, assim como Daiana viveu entre 2014 e 2017 no Brasil. Ana também se dividiu entre os dois países nos últimos anos. O que nos sugere pensar que nesses movimentos de ir e vir, muitas vezes esporádicos, também se constroem práticas transnacionais, se articulam as redes migratórias e se reatualizam os vínculos com o país de origem.

Todos os entrevistados relataram experiências de ativismo anteriores aos episódios do impeachment no Brasil, com exceção de Ivonete. Além disso, sobretudo entre o (a) s imigrantes que visitavam o Brasil com maior frequência, o ativismo relacionado ao impeachment é vivido simultaneamente no Brasil e na Espanha, com diferentes níveis de envolvimento. Além disso, dos sete brasileiro (a)s entrevistado (a)s, vários integravam redes migratórias e espaços comunicacionais digitais comuns, e, em alguns casos, participaram, em Barcelona, das mesmas experiências de ativismo relacionadas ou não ao impeachment[117].

Comunicação e ativismo de brasileiros: entre as ruas e as redes digitais

Observamos que o ativismo transnacional dos imigrantes brasileiros em Barcelona, relacionado ao episódio do impeachment, é desenvolvido a partir de um conjunto de ações coletivas que evidenciam a complementaridade entre dois espaços de interação comunicacional ocupados por esses imigrantes – a rua e as redes sociais digitais. Com o objetivo inicial de darem visibilidade ao episódio do impeachment, os ativistas articulam práticas políticas e comunicacionais que alimentam as redes e as ruas, mas visam também à ocupação de outros espaços sociais e midiáticos, especialmente o das mídias espanhola e europeia, e a busca de alianças institucionais com setores como a Prefeitura de Barcelona e o Parlamento Europeu. Além disso, após a

[117] Dentre outras, no Conselho de Cidadania Jurisdição Consulado Brasil e no Conselho de Representantes Brasileiros no Exterior.

aprovação do impeachment e a destituição de Dilma Rousseff, as ações dos imigrantes brasileiros em Barcelona se desdobram em um outro conjunto de movimentos e atos de protestos que se desenvolviam também no Brasil, como o da denúncia do impeachment como golpe de Estado no Brasil, o #ForaTemer,[118] e realização de eleições diretas, a luta pela liberdade do ex-presidente Lula (#LulaLivre), Marielle Franco, presente!", e o #EleNão – movimento de mulheres contra a eleição do atual presidente Jair Bolsonaro.

Seis dos sete brasileiros entrevistados participaram de atos de protesto contra o impeachment em espaços públicos de Barcelona, recorrendo à manifestação de rua como um repertório já consagrado da ação coletiva que, segundo retomam Fillieule e Tartakowsky (2015), se consolida em meados do século XIX, em uma sociedade de mercado produto do triunfo da revolução industrial. Segundo os autores, a manifestação converte-se em um fenômeno essencialmente urbano ligado à invenção da rua como espaço público e concreto de protesto político.

As imagens a seguir ilustram algumas das manifestações contra o impeachment realizadas em espaços públicos de Barcelona com a participação de alguns dos ativistas entrevistados.

FIGURA 1 – Vem pra Democracia -
Manifestação na Plaza Cataluña em 31/03/2016
FONTE – Imagem cedida por Edi Barcelo, 2019.

FIGURA 2 – Vem pra Democracia
Manifestação na Plaza Cataluña em 16/06/2016
FONTE – Imagem cedida por Edi Barcelo, 2019.

FIGURA 3 - 1º de maio - Via Layetana –
01/01/2016
FONTE - Imagem cedida por Edi Barcelo, 2019.

presidente que

que

FIGURA 4 – Fora Temer – Consulado do Brasil
Barcelona – 29/08/2016
FONTE - Imagem cedida por Edi Barcelo, 2019.

As redes sociais digitais, como Facebook, Twitter, Instagram, e aplicativos como WhatSapp,

Telegram e Signa, além de sites e blogs, foram amplamente utilizados para a organização, mobilização e divulgação as ações políticas dos imigrantes brasileiros em Barcelona. Dentre alguns dos espaços criados e/ou utilizados nessas redes e aplicativos, os entrevistados citaram Amigos da Democracia[119] FIBRA - Frente Internacional Brasileiros contra o Golpe[120] , Comitê Internacional pela Anulação do Impeachment, Comitê Lula Livre BCN[121] Unidos contra o Lawfare[122] , Brasileiros no exterior pró-PT 2018[123] e Mujeres Brasileñas contra el Facismo BCN[124].

Através do uso das TICs, o ativismo em rede possibilitou aos brasileiros articulações locais contra o impeachment, mas também supranacionais com coletivos de brasileiros de outros países e cidades tanto da Europa como da América do Norte e América Latina. Uma dessas articulações está relacionada à Frente Internacional de Brasileiros contra o golpe (FIBRA), que reuniu grupos, coletivos e associações de brasileiros, além de amigas e amigos do Brasil, em diversas cidades do mundo[125], se definindo como suprapartidária e com objetivo comum de "luta pela democracia e contra o golpe no Brasil, a defesa de Lula Livre e a luta contra o fascismo"[126].

Outra ação transnacional que decorreu das lutas dos brasileiros contra o impeachment foi articulada em torno do movimento "Unidos contra o Lawfare", que, além de presença nas redes sociais digitais [127], se dinamizou a partir de mobilizações dos brasileiros em espaços da cidade de Barcelona e em eventos, como "Los Golpes

[119] Grupo do WhatSapp.
[120] https://fibrabrasil.wordpress.com/ e https://www.facebook.com/groups/BrasileirosnoMundoContraoGolpe/
[121]https://www.facebook.com/ComiteDeLutaContraOGolpeLulaLivreBCN/
[122] https://www.facebook.com/groups/1722348404453592/about/
[123] https://www.facebook.com/brasileirosnoexteriorproptcomiteinternacional/
[124] https://www.facebook.com/BrasileirasxFascismobcn/
[125] No ano de 2018, o grupo era integrado por 56 coletivos distribuídos por 24 países. Ver https://fibrabrasil.wordpress.com/coletivos/
[126] https://fibrabrasil.wordpress.com/
[127] https://www.facebook.com/groups/1722348404453592/about/

de Estado modernos: Lawfare en el Mundo", realizados com a participação de representantes países da América Latina, como Brasil e Equador, e da própria Catalunha[128] que, na visão dos entrevistados, enfrentavam o mesmo processo de Lawfare ou guerra jurídica[129].

FIGURA 5- Comitê para anulação do impeachment & Pueblos Unidos contra el Lawfare - Contra prisão de Lula - Plaza Cataluña 08/04/2018

FONTE - Imagem cedida por Edi Barcelo, 2019.

FIGURA 6 – Evento Los Golpes de Estado modernos: Lawfare en el Mundo – 26/06/2018

FONTE - Imagem cedida por Edi Barcelo, 2019.

No entrelaçamento entre os espaços da rua e das redes sociais digitais, os imigrantes brasileiros teceram, ainda, estratégias de comunicação para dar visibilidade pública a outras versões sobre o processo de impeachment, especialmente a do impeachment como golpe, nas mídias espanholas e europeias. A estratégia, relatada por Edi, evidencia a compreensão, por parte dos ativistas brasileiros, de que a visibilidade do conflito é tão importante como seu enfrentamento, assim como a dimensão estética e comunicativa da ação política contemporânea é central tanto no contexto das redes sociais digitais quanto no das grandes organizações midiáticas (Lago Martinez, 2008), conforme relata Edi, um dos ativistas entrevistados.

> [...] mas eu acho que de toda forma esse movimento que a gente fez, através da Maria Dantas e outras pessoas que eram jornalistas, essa informação foi chegando aqui no jornais da Europa e tinha conexões

[128] Quee resultou na prisão de políticos que participaram do referendo de autonomia da Catalunha em outubro de 2017.
[129] Nova modalidade de guerra utilizada para derrubar governos democráticos e progressistas que se define pela instrumentalização das normas jurídicas para fins de guerra.

> com grupo na França, da Alemanha e de vários lugares. [...] eu acho que esse pouquinho de gente, sem me gabar nem nada, fez com que essa notícia saísse e se veiculasse na Europa.[...] que até então não se sabia e era pouco divulgado o que acontecia no Brasil [...] eu acho que as pessoas e os jornais sempre estavam na agência de notícia, que vem do Globo e da grande impressa, depois eles já tinham uma outra informação direta com as pessoas que já estavam aqui e conheciam alguns políticos daqui, e ai essa informação já foi tendo um outro caráter. (Edi)[130]

E, por fim, um desdobramento das ações políticas contra o impeachment esteve vinculado ao ativismo das mulheres brasileiras em Barcelona e seu engajamento no movimento Marielle Franco, presente![131] e no #EleNão, movimento de mulheres contra a eleição do atual presidente do Brasil, Jair Bolsonaro. Da perspectiva das questões de gênero, ambos colaboraram para o surgimento, em Barcelona, do coletivo Mujeres brasileñas Contra el Fascismo BCN[132], que contribui para configurar um ativismo político transnacional de caráter suprapartidário e com ênfase culturalista que conviveu, disputou e negociou com um ativismo de cunho mais acentuadamente partidário e relacionado a pautas como a de #Lulalivre[133]

> [...] depois de eu ver que a coisa realmente era PT, PT, PT, eu comecei a esmorecer então, ei, disse, vou procurar outra linha [...] E essa linha foi quando eu fui ao Brasil o ano passado [...] e foi justamente quando mataram a Marielle, e eu cheguei aqui dois dias depois e organizei uma concentração aqui da Marielle na Plaza Sant Jaume que eram umas 200, 300 pessoas, e, a partir desse dia, algumas mulheres começamos a nos organizar, mas mulheres que nem conhecia, brasileiras que moravam aqui, o #EleNão começou nessa época [...] não se chamava assim, porque naquela época Bolsonaro não estava [...] e aí umas quantas mulheres nos organizamos e formamos o que hoje é a Plataforma de Mulheres Brasileiras Contra o Facismo em Barcelona. Fizemos as concentrações o dia

[130] Maria, uma das entrevistadas, lembra que "a gente fez várias participações em programas de televisão, de rádio, artigos para jornais, fizemos mesas" . Flavio participou, dentre outros, de um debate realizado, em 2016, no Comitê de Jornalistas e Colégio de Jornalistas da Catalunha intitulado "O poder da mídia?", na perspectiva de discutir o papel da mídia na crise brasileira e no impeachment. Edi lembra, ainda, que algumas dessas iniciativas abrangeram também as mídias alternativas brasileiras através do envio de imagens e outros registros de atos contra o impeachment em Barcelona a coletivos como Mídia Ninja.

[131] Em protesto contra o assassinato da vereadora do partido político PSOL, do Rio de Janeiro.

[132] https://www.facebook.com/BrasileirasxFascismobcn/

[133] Em 1 de janeiro de 2019, em um ato público intitulado "Posse alternativa Presidência Brasil - #MarielleFranco Presente!" , convocado pelo coletivo Mujeres Brasileñas contra el Facismo BNC, foi realizado, em um mesmo espaço da cidade de Barcelona, um protesto convocado pelo Comitê Lula Livre Barcelona.

28, nos mesmos dias do Brasil e estamos reunidas [...] nesta semana passada, fizemos uma ação, uma papelada de "#EleNão" e "Marielle Presente" fizemos uma mobilização no dia da posse na Rambla do Raval, [...]Agora mesmo somos umas 44 mulheres suprapartidárias, tem um monte de artista metido no grupo, muito jornalista também [...] é um grupo muito legal [...] heterogéneo, mulheres diversas [...] Sim, construímos agenda, saímos nos meios de comunicação, a última saída foi antes de ontem, na cadena SER. (Maria)

FIGURA 7 - Ato Marielle Franco
FONTE - www.facebook.com/flavio.carvalho.3785

FIGURA 8 – Mujeres Brasileñas contra el Fascismo BCN
FONTE – https:www.facebook.com/BrasileirasxFascismobcn

Considerações finais

As experiências ação política de brasileiros e brasileiras na cidade de Barcelona contra o impeachment evidenciam a complementaridade dos espaços da rua e das redes sociais digitais no exercício de um ativismo transnacional a partir do qual os e as imigrantes reatualizam os vínculos, participam e intervêm na política do país de origem, se articulam com a diáspora brasileira no mundo e dão visibilidade à crise econômico-política do Brasil em espaços sociais, institucionais e midiáticos espanhóis e europeus.

No marco das especificidades dos ativismos transnacionais contemporâneos, entendemos que, nas intersecções entre redes migratórias e redes sociais digitais, múltiplos nós foram criados e utilizados pelos brasileiros nas mobilizações em torno do impeachment, na perspectiva de articularem, mobilizarem e ampliarem o impacto de suas ações em diferentes espaços locais e nacionais. O que deixou mais

difusa e, às vezes, também efêmeras e transitórias essas mesmas ações.

Foi possível observar, ainda, que as ações do impeachment recriadas no contexto de imigração brasileira seguiram pautas similares as do país de origem, inclusive em termos de dissensos que demarcam um ativismo tensionado pela polarização partidária similar à vivida no Brasil e também por tensões entre partidário e suprapartidário, este último impulsionado, principalmente, pelas imigrantes brasileiras que criaram o movimento Mujeres Brasileñas contra el Facismo BCN em sintonia com o movimento do país de origem. No entanto, observa-se também a recriação de formas próprias de interação, cooperação, linguagem e estéticas no exercício de um ativismo que demanda dos imigrantes a tradução, para outros contextos nacionais, de um episódio político específico da vida nacional brasileira.

Referências

Bogus, L.; Baeninger, R. (2018). Apresentação. In L Bogus & R Baeninger. (Ed.). A nova face da emigração internacional no Brasil (pp. 7-11), São Paulo: EDUC.

Cogo, D. (2018). Redes migratórias transnacionais e comunicação cidadã. Revista Coletiva (23), 1 - 8. Retrieved from https://bit.ly/2US15La

Fillieule, O.; Tartakowsky, D. (2015). La manifestación – cuando la acción colectiva toma las calles. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Guarnizo, L. E. (2004). Aspectos económicos del vivir transnacional. Colombia Internacional 59, 12-47. Retrieved from https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.7440/ colombiaint59.2004.01

Lago Martínez, S. (2015). Movimientos sociales y acción colectiva en la sociedad red. Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación. (128), 113-130. Retrieved from https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2304

Navarro García, L. (2014). Medios de comunicación creados por inmigrantes marroquíes en España: entre la movilización social y el control político. Commons - Revista de Comunicación Social y Ciudadanía 3 (2), 78-110, Retrieved from https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/3083

Portes, A. (2004). Convergências teóricas e dados empíricos no estudo do transnacionalismo imigrante. Revista Crítica de Ciências Sociais (69), 73-93. Retrieved

from https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1288934

Retis, J. (2018) Inmigrantes latino-americanos en ciudades globales: aproximaciones interdisciplinarias en el análisis de las prácticas comunicativas, mediáticas y culturales. Contratexto. 30, 19-40. Retrieved from https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/3147

Tarrow, S. (2010). El nuevo activismo transnacional. Barcelona: Editorial Hacer.

La dimensión política en los procesos comunicacionales. El caso de InterRedes.

A dimensão política nos processos de comunicação. O caso da InterRedes.

The political dimension in communication processes. The case of InterRedes.

Teresita Vargas[134]

Washington Uranga[135]

Resumen: La intervención en las organizaciones y la investigación, comprendidas como procesos comunicacionales, exigen reflexionar sobre la dimensión política de la transformación social y acerca de la vigencia de derechos ciudadanos. Políticas públicas y comunicación: la incidencia desde la comunicación. InterRedes como actor político y su incidencia en las políticas públicas.

Palabras Clave: Comunicación. Intervención. Ciudadanía.

Resumo: A intervenção de organizações e pesquisas, entendidas como processos de comunicação, requer reflexão sobre a dimensão política da transformação social e a validade dos direitos dos cidadãos. Políticas públicas e comunicação: incidência da comunicação. InterRedes como ator político e seu impacto nas políticas públicas.

Palavras-chave: Comunicação. Intervenção. Cidadania.

Abstract*:* The intervention of organizations and research, understood as communication processes, require reflection on the political dimension of social transformation and the validity of citizen rights. Public policies and communication: incidence from communication. InterRedes as a political actor and its impact on public policies.

[134] UNLP-UBA, Licenciada, Argentina, teresitavargas@yahoo.com.ar
[135] UNLP-UBA, Profesor, Argentina, wuranga@wuranga.com.ar

Key words: Communication. Intervention. Citizenship.

1. Intervenir en las prácticas sociales. Intervenir desde la comunicación

Intervención es una acción realizada con intencionalidad de orientar acontecimientos históricos y sociales. Supone la participación en un ámbito de actuación, que bien puede ser comprendido como un sistema (una organización) o un espacio de relaciones sociales (la sociedad, el barrio, etc.), para desencadenar, promover, impulsar un movimiento. Usamos intervención para referirnos a nuestra participación, como comunicadores (en tanto y en cuanto científicos sociales) en espacios de la realidad social. Comunicadores y científicos sociales intervenimos en la gestión del territorio en el que estamos insertos para construirlo y modificarlo. La noción de intervención está relacionada con la participación. Está precedida y acompañada de una mirada analítica, de la interacción entre teoría y práctica y del relacionamiento entre los diferentes actores, del que surgirán nuevos conceptos que, a su vez, ayudarán a comprender las prácticas.

2.El territorio: lugar de comunicación

El concepto de territorio está muy presente en nuestra manera de entender el compromiso social y político. El territorio es el ámbito donde adquiere forma y también relevancia aquello que denominamos prácticas sociales. En otras palabras, es escenario de nuestro hacer y nuestro decir, de la actuación del conjunto de los actores que protagonizan la historia.

Según Michel de Certeau (1990) el territorio es un punto de intersección, un cruce pero también un nudo entre lugar y espacio. Lugar como una disposición de las posiciones de los actores y el espacio como entrecruzamiento de las movilidades propias de cada uno de ellos. Territorio es, en consecuencia, lugar más espacio. Una convergencia que se concreta a través de vincularidades y lazos sociales en la vida cotidiana, que no son otra cosa que relaciones comunicacionales.

En todos los sentidos, el territorio puede ser leído como un nexo o punto de intersección, tal como bien lo señala Alfredo Carballeda (2015). Un nudo que demanda la

existencia de un articulador, un narrador que construye el relato y que, independientemente de cómo se lo denomine, es un comunicador, es una comunicadora. No importa entonces si estamos hablando de quienes tienen a su cargo tareas de articulación, de referentes políticos o sociales. Desde nuestra mirada reconocemos en ellos y ellas la tarea y la función de comunicadores/as, en tanto y en cuanto, cumplen el rol de articular sentidos para tejer relaciones entre los y las protagonistas del escenario social y, junto a ellos y ellas, producir la urdimbre de la red social que sostiene la vida cotidiana de la comunidad. Facilitadores del diálogo público en el espacio público, estrategas de la comunicación para el cambio social, afirmamos en algún otro momento.

La comunidad se apoya en relaciones de comunicación y se asienta en el territorio tomando de este sus características identitarias pero a la vez, imponiendo también sus propios rasgos. Por eso, dice Carballeda, "el territorio, a diferencia del espacio físico, se transforma permanentemente en una serie de significaciones culturales con implicancias históricas y sociales" (op. cit). Y no existe por sí mismo, sino que se va constituyendo a partir de relaciones entre los actores que lo habitan y protagonizan. Es un ámbito donde se ponen en juego intereses (de carácter endógeno y exógeno) y juegos de poder. Desde el punto de vista de su constitución el territorio se construye histórica y contextualmente. Debe entenderse como un texto para ser leído en un escenario más amplio (su contexto) y en su trayectoria (el proceso histórico).

La idea de territorio, tal como sostiene Luis Llanos-Hernández (2010), “ayuda a la interpretación y comprensión de las relaciones sociales vinculadas con la dimensión espacial” y al mismo tiempo “va a contener las prácticas sociales y los sentidos simbólicos que los seres humanos desarrollan en la sociedad en íntima relación con la naturaleza, algunas de las cuales cambian de manera fugaz, pero otras se conservan adheridas en el tiempo y en el espacio de una sociedad”. Por eso, tal como sigue diciendo el mismo investigador, “el territorio como concepto hace referencia a elementos presentes en la realidad; es decir, describe los elementos empíricos contenidos en el objeto de estudio y facilita la generación de nuevo conocimiento”.

Los actores sociales (militantes, referentes, dirigentes, educadores, etc.) que

persiguen el cambio y la transformación social se entienden a sí mismos, a sí mismas, como constructores de los procesos históricos, políticos, sociales y económicos en el territorio. Y su involucramiento y compromiso con la realidad territorial no solo modifica al ámbito de actuación sino a los propios protagonistas que se transforman a sí mismos en este actuar. De esta manera el actor social no solo es un sujeto que transforma, sino un sujeto que se transforma comprometiéndose en la construcción de lo público.

Todo ello en medio de una realidad atravesada por la diversidad y las diferencias en cuanto concepciones y modos de ser y actuar. Es la riqueza de lo social y lo cultural a través del diálogo, pero también del conflicto y la disputa discursiva en búsqueda del consenso capaz de transformarse en relato.

En este y en todos los sentidos, el territorio es un lugar de comunicación en el que se procesan las diferencias y los conflictos, en el que se ponen en evidencia las coincidencias para la construcción colectiva y para el cambio social. Los actores que protagonizan la vida social comunican desde la complejidad del territorio que habitan y que los habita. Expresan las coincidencias y las divergencias propias del territorio y de sus habitantes. Surgen así los clamores, las demandas y también las manifestaciones de los logros y las celebraciones. Es la marcha, el reclamo, la lucha, la fiesta, el encuentro. También la memoria que hilvana, conecta y enseña y los sueños que permiten proyectarse e impulsar hacia nuevos horizontes.

El territorio, construido y atravesado por la comunicación, es un ámbito de lucha simbólica -no por ello menos real y concreta- por el poder. A través de los procesos comunicacionales, diversos, mediáticos y no mediáticos, se incide, se generan sentidos colectivos, se acuerda y se discrepa, se instalan agendas, se gestiona y se toman decisiones. En todos y cada uno de estos movimientos se ejerce poder y está presente el poder como algo concreto y tangible. Pensar la comunicación al margen del ejercicio del poder es mucho más que una ilusión óptica, es no comprender la manera como la comunicación se constituye y construye la vida social y en comunidad.

3. Comunicación, políticas públicas y ciudadanía.

Lo común se construye en el ámbito de lo público como resultado de la acción

colectiva, de un intercambio que es comunicacional en el espacio de la cultura. En democracia, las políticas públicas son el espacio privilegiado de acción del Estado y la Sociedad Civil en forma conjunta, y el ámbito para restituir y garantizar derechos humanos en todas sus dimensiones a través de la participación activa y protagónica de la ciudadanía. Esto genera responsabilidades a los diferentes actores sociales sobre lo público como escenario y sobre las acciones que allí se ejecutan a fin de garantizar la vigencia efectiva de los derechos de ciudadanos y ciudadanas, dejando atrás la exclusividad del Estado en la materia.

La gestión de las políticas públicas pone en juego bienes y recursos que les corresponden por derecho a los ciudadanos y ciudadanas, individuos y grupos. Son el espacio natural de configuración e implementación de los derechos sociales de los ciudadanos. Requiere del diálogo e intercambio entre actores sociales y de la comunicación como sustento de la construcción colectiva de las políticas públicas y de la gestión asociada.

Las políticas públicas pueden entenderse como el conjunto de decisiones cuyo objetivo es la distribución de determinados bienes y recursos. Es un proceso por el cual se ponen en juego bienes y recursos que les corresponden por derecho a los ciudadanos y ciudadanas, individuos y grupos. Nos referimos a las políticas públicas de educación, de salud, de protección del ambiente, etc. Pero al mismo tiempo se puede asegurar que las políticas públicas son el espacio natural de configuración e implementación de los derechos sociales de los ciudadanos. Por ese motivo, la construcción de la ciudadanía social está estrechamente vinculada con las transformaciones y reestructuraciones que se producen en dicho ámbito.

Tales políticas públicas demandan un saber particular, es decir, suponen un campo de conocimiento específico. No todos conocen sobre salud o sobre la situación de la niñez y la adolescencia. Ni siquiera el Estado, siendo actor principal, reúne por sí mismo todos los saberes necesarios. Existen muchos actores que aportan de manera diversa y desde distintas perspectivas al conocimiento de un tema. Por vivencia cotidiana, por estudio y análisis, por experiencia de gestión. Pero dado que toda política pública es manifestación y puesta en práctica de una concepción sobre la sociedad y sobre el modelo de desarrollo que se quiere alcanzar, el espacio de tales políticas es

necesariamente un ámbito de diálogo, de intercambio, de debate y también de lucha política.

Las políticas públicas, para que sean genuinamente tales, son el resultado de la interacción entre el Estado y la Sociedad Civil, dado que la integración social se afirma en el derecho de todos a vivir dignamente en una sociedad sin excluidos y depende significativamente de la participación popular en la vida comunitaria y de un ejercicio pleno de la ciudadanía en el que hombres y mujeres desarrollen un rol activo.

La ciudadanía activa se construye fundamentalmente a partir de la decisión política de desarrollarla. La fortaleza de una democracia guarda directa relación con la existencia de ciudadanía emancipada de las necesidades materiales, consciente de sus derechos civiles y políticos, y en capacidad efectiva de ejercerlos.

La gestión pública animada por el Estado debe propiciar diseños institucionales que integren los impactos de las políticas y las acciones, con participación real de todos los sectores involucrados, a partir de un rol activo que convierta a los ciudadanos en actores y no en destinatarios pasivos o ejecutores sin poder de decisión.

La democracia real exige la implementación de procedimientos consensuados para la toma de decisiones, que procuren la participación efectiva de todos los actores sociales. Esta participación tendrá que dar cuenta de la construcción democrática de la Sociedad Civil y de su relación con el Estado.

Este estilo de gestión demanda también una relación madura de todos los actores involucrados, a partir del reconocimiento de los diferentes procesos, de la pluralidad de prácticas y de perspectivas, la valoración de la diferencia y la promoción de una actitud de apertura y escucha de las iniciativas de la más amplia gama de actores.

La participación puede tener diferentes grados, todos ellos válidos. Pero el aporte se hace realmente significativo y eleva la calidad del proceso cuando no se reduce a una simple consulta de opinión o a una mera información, sino que involucra la toma de decisiones de manera compartida a través de prácticas basadas en lo multiactoral y multisectorial. La sustentabilidad de cualquier estrategia de desarrollo descansa en el compromiso y la participación activa de los diversos actores en los procesos de toma de decisiones. La gestión de lo público hoy requiere de la participación de las partes

interesadas en cada una de las instancias, fortaleciendo el vínculo entre el Estado y la Sociedad Civil, y ampliando las oportunidades de cooperación y coordinación.

La participación ciudadana debe contribuir a la resolución creativa de la problemática social otorgando mayor dinamismo a las políticas públicas, reorganizándolas en base a las prioridades locales y recuperando sustento dentro de las necesidades de la gente.

Esta participación deberá traducirse, simultáneamente, en proceso y resultado. Como proceso, involucrando a las comunidades y sus ciudadanos en las decisiones y programas que los afectan. Como resultado, logrando actores sociales capacitados para desenvolverse con mayor conocimiento, autonomía y estabilidad. De este modo, a través de la plena participación ciudadana en el armado e implementación de sus destinos, se forjará un proceso creciente y continuo de desarrollo sostenible.

4. El caso de InterRedes.

InterRedes (IR), Red de Redes de Infancia, adolescencia y educación popular, fue creada en 1993 y trabaja en Argentina en acciones comunitarias y en la defensa y promoción de los derechos de niñas, niños y adolescentes. Son aproximadamente 264 organizaciones congregadas en 6 redes, distribuidas en 16 distritos de la provincia de Buenos Aires (Argentina), agrupando 2600 educadores y educadoras populares al servicio de más de 20 mil niños, niñas y adolescentes. Apunta a la construcción colectiva, la integración de la comunidad, el fortalecimiento de las familias, el reconocimiento del niño y la niña como sujeto de derechos.

Se trabaja para que niños, niñas, adolescentes y jóvenes tengan la posibilidad de potenciar sus capacidades, puedan expresarse y hacer una relectura del mundo y que, a partir de alcanzar y vivir sus derechos logren construir su proyecto de vida con dignidad, con espíritu solidario y colectivo.

La articulación "en red" apunta a potenciar la labor de cada espacio comunitario, ampliar y diversificar las propuestas, al relacionamiento de unos con otros, y a transformar el colectivo en un interlocutor con incidencia ante el Estado, sobre todo la demanda del reconocimiento de derechos básicos pero, poco a poco, pretendiendo también incidir en la definición de políticas públicas.

De esta manera, desarrollaron diversos modelos de funcionamiento y acompañamiento, estrategias propias de capacitación y gestión de recursos. Las organizaciones de base integradas en la red de redes han sido el ámbito de miles de acciones que apuntaron a garantizar los derechos de los niños, las niñas y adolescentes, y de sus familias y en los barrios donde trabajan, particularmente en los barrios de la denominada Área Metropolitana Buenos Aires (AMBA), en la periferia de la capital argentina.

Sin embargo, la falta de institucionalidad y la carencia de estrategias colectivas, políticas y comunicacionales se constituyó en una barrera difícil de sortear para alcanzar los propósitos colectivos y para convertir a IR como cuerpo en un actor realmente protagónico en el escenario público y de las políticas públicas.

5. Objetivos.

Desde agosto de 2016 se inició un proceso de reflexión acerca de la capacidad de incidencia de IR para:

a. Consolidar el proceso institucional y fortalecer a las redes como actores reconocidos y visibilizados en el escenario político social como protagonistas en defensa y en la puesta en acción de los derechos de la niñez, la infancia y la adolescencia a través de la educación y la comunicación popular.

b. Que educadoras/es populares fortalezcan su identidad en la diversidad como trabajadores/as en el marco de IR y sean reconocidas/os como tales por sus organizaciones y el Estado.

c. Que IR desarrolle capacidades y habilidades comunicacionales para potenciar su proceso institucional y acrecentar su incidencia política en la promoción de derechos ciudadanos de niños, niñas y adolescentes.

6. Metodología.

Se adoptó una metodología de corte participativo, mediante la combinación de herramientas de tipo cualitativo y cuantitativo, a partir de la integración en el proceso de los actores presentes y actuantes en el territorio buscando la construcción colectiva de los miembros de las organizaciones con los investigadores para generar conjuntamente el análisis de la realidad comunicacional de IR y la producción de estrategias de comunicación para la incidencia política ciudadana.

Se realizaron talleres, en tanto espacios de encuentro, reconocimiento y construcción colectiva. Desde una perspectiva comunicacional se plantearon los siguientes momentos: dimensión política de la práctica, construcción de identidades colectivas y aportes metodológicos para la intervención.

Los ejes o dimensiones de trabajo fueron los siguientes: política y sujetos de transformación; territorio como lugar de construcción política; los actores y sus relaciones en el territorio; la intervención como modo de hacer política; los problemas sociales en la trama política; comunicación y territorio; estrategias para la incidencia.

La última etapa del proceso estuvo destinada al diseño conjunto de estrategias comunicacionales para la incidencia, seguida de la elaboración de proyectos, la identificación y búsqueda de recursos, la capacitación de organizaciones y personas para el uso de recursos de comunicación y la realización de productos comunicacionales.

7. Conclusiones.

En la mesa de IR se reúnen quincenalmente referentes de las redes y la preocupación central era ampliar la participación de otros integrantes de las organizaciones territoriales que la conforman en los procesos de comunicación, decisión y gestión.

La investigación permitió concluir en la necesidad de generar estrategias comunicacionales que permitan recuperar la memoria presente en la práctica de los actores históricos para que sea también incorporada generacionalmente por los más jóvenes.

El proceso de reflexión sobre la incidencia provocó dos movimientos: la participación de actores que hasta el momento solo tenían trabajo territorial y la actualización de una agenda de trabajo que permitió a IR replantearse como un actor político en el escenario comunicacional.

Se inició un proceso de producción de conocimiento colectivo que atraviesa a tres instancias de participación: la mesa de IR, las organizaciones sociales y los/las educadores/as.

Se organizó un equipo de comunicación para la incidencia política desde una identidad colectiva.

El fortalecimiento de las capacidades no solo empoderó a IR como actor, sino que aumentó su visibilidad en el espacio público y, favorecido por la nueva coyuntura política generada en Argentina a partir del cambio de gobierno producido el 10 de diciembre de

2019, y la asunción de la gestión encabezada por el presidente Alberto Fernández, sino que lo convirtió en interlocutor destacado del Estado en materia de políticas públicas en favor de los derechos de niñas, niñas y adolescentes. Esto último quedó reflejado en el hecho de que IR es actualmente un interlocutor destacado de las máximas autoridades políticas (ministros y secretarios de Estado) en las áreas de su competencia.

Más allá de los logros anteriores, como resultado de la investigación y el trabajo conjunto entre el equipo de investigación y las organizaciones integrantes de IR ha quedado instalado el sentido sobre la no separación entre intervención en el territorio, incidencia política y estrategias de comunicación. Agregado a ello la conciencia de que estas últimas requieren análisis y adaptación permanente, así como la capacitación constante de quienes tienen que ponerlas en práctica.

8. Referencias

Bonicatto, María (2010), "La escena de lo social. El lugar donde se procesan los problemas", en Rev. Escenarios No. 15. La producción del conocimiento en el trabajo social y sus aportes a la intervención. Buenos Aires. Espacio Editorial.

Carballeda, Alfredo. (2008). Los escenarios de la intervención. Buenos Aires. Paidós.

Contreras B., Adalid. (2018) Recordar el futuro. Planificación de la comunicación desde la comunicación. Neiva (Colombia). Editorial Universidad Surcolombiana.

De Certeau, Michel (1990). La invención de lo cotidiano. México. Universidad Iberoamericana.

Llanos Hernández, Luis (2010). El concepto de territorio y la investigación en las ciencias sociales. Rev. Agricultura, sociedad y desarrollo, Vol. 7, No. 3, diciembre de 2010, México, pág. 208. En línea: http://www.colpos.mx/asyd/volumen7/numero3/asd-10-001.pdf

Massoni, Sandra. (2014). Metodologías de comunicación estratégica. Rosario. Homo Sapiens.

Mata, María Cristina (1985). Nociones para pensar la comunicación y la cultura. Buenos Aires. La Crujía.

Matus, Carlos (2007). Teoría del juego social. Remedios de Escalada (Argentina). UNLA.

Saavedra, Juan (2015) Cuatro argumentos sobre el concepto de intervención social. Cinta moebio 53: 135-146. Recuperado de

https://www.moebio.uchile.cl/53/saavedra_resumen.html

Uranga, Washington y Vargas, Teresita (coord.). (2020). Planificación y gestión de procesos comunicacionales. La Plata (Argentina). Ediciones EPC-FPyCS/UNLP.

Uranga, Washington y Thompson, Héctor (coord.) (2016). La incidencia como camino para la construcción de ciudadanía. Buenos Aires. Editora Patria Grande.

Uranga, Washington (2016). Conocer, transformar, comunicar. Buenos Aires. Buenos Aires. Editora Patria Grande.

Vargas, Teresita y Zapata, Natalia (2010). Enredando prácticas. Comunicación desde las organizaciones sociales. Buenos Aires. San Pablo.

Hegemonia, jornalismo e conhecimento: possíveis leituras sobre práxis contra-hegemônica[136]

Hegemonía, periodismo y conocimiento: posibles lecturas sobre la praxis contrahegemónica

Hegemony, journalism and knowledge: possible readings on counter-hegemonic praxis

Clarissa do Nascimento Peixoto[137]

Samuel Pantoja Lima[138]

Palavras-Chave: Jornalismo. Hegemonia. Práxis contra-hegemônica. Conhecimento.

Key words: Journalism. Hegemony. Counter-hegemonic praxis. Knowledge.

Introdução

Com foco no jornalismo como instrumento de resistência ao sistema hegemônico, a pesquisa da qual derivou este artigo buscou desenvolver uma exploração teórica partindo das conexões entre o conceito de hegemonia gramsciano[139] e o jornalismo, como forma social de conhecimento, conforme propõe Genro Filho (2012), para pensar possíveis leituras de uma práxis contra-hegemônica no jornalismo. Neste trajeto, refletiu-se também sobre a práxis jornalística no atual contexto hegemônico e as experiências jornalísticas alternativas no Brasil, considerando o papel dos movimentos sociais e do ativismo comunicacional, da cultura digital e do jornalista.

Compreender o jornalismo a partir da chave conceitual da hegemonia gramsciana,

[136]Esta proposição é resultado da pesquisa apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGJOR/UFSC) para a obtenção do título de mestra.

[137]Clarissa do Nascimento Peixoto. Jornalista e mestra em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil. E-mail: clarissa.jnl@gmail.com

[138]Samuel Pantoja Lima. Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil. E-mail: samuca13@gmail.com

[139]As referências à obra de Antonio Gramsci, neste texto, referem-se aos Cadernos do Cárcere, produzidos entre 1929 e 1935.

requer pensar a práxis[140] jornalística também como reflexo das relações de poder e de direção ideológica da sociedade. Primeiro, porque a hegemonia se realiza em uma unidade teórico-prática, cimentada por uma ideologia que seja capaz de conformar as relações produtivas e sociais em torno de certo consenso. Segundo, porque as forças que articulam um quadro hegemônico prescindem desse consenso constituído no discurso; logo, o jornalismo é um espaço público de relevância para consolidar determinada visão de mundo, na perspectiva de orientar uma lógica de pensamento e ação.

Gramsci nunca formulou sobre o conceito de contra-hegemonia ou de hegemonia alternativa. Mas, enfatizou em sua obra um sentido ativo e profundo de ação revolucionária, realizado na conexão entre as diversas formas e ações de lutas. Para Gramsci, uma hegemonia alternativa emerge da classe trabalhadora compreendida em sua historicidade. Observa que esse conjunto de trabalhadores deve se converter em uma classe com potencial de se tornar hegemônica frente ao domínio burguês. Se toda hegemonia está em constante processo de mudança e de contestação, a ideia de contra-hegemonia deve ser considerada enquanto aspecto real e permanente de uma prática transformadora (WILLIAMS, 1980).

A tensão social produzida pela disputa de hegemonia pode ser observada, entre tantas formas, no jornalismo. Uma delas é o estímulo ao surgimento de outros atores e canais públicos de debate que, em maior ou menor grau de enfrentamento, buscam contestar a ideologia e a práxis de um jornalismo alinhado aos interesses dominantes. Imersos nas contradições do capitalismo, esses veículos e atores se articulam por meio da relação com organizações da sociedade civil, como os movimentos sociais.

Jornalismo, conhecimento e hegemonia

A afirmativa de que a existência material independe da consciência do indivíduo sobre ela remete à concepção elementar de conhecimento na perspectiva marxista (MARTINS, 2008). Marx criticou a filosofia que se limitou a interpretar o mundo: para ele, a tarefa do filósofo era transformá-lo (MARX,1845). Ele observa a realidade concreta para entender como ela é

[140]Práxis é compreendida, nesta pesquisa, como síntese crítica de uma relação dialética entre teoria e prática.

modificada pelo processo histórico e seu conjunto de determinantes (MARTINS, 2008). Nem Marx ou Gramsci distinguiram a ação do conhecimento. Para eles, a totalidade é resultante de uma práxis na qual conhecimento, história e política constituem os sujeitos capazes de operar uma hegemonia (SEMERARO, 2001).

A hegemonia resulta, nesse sentido, de uma conformação social que reúne interesses de classe para dar direção ao conjunto da sociedade. Em Gramsci, o termo inclui e amplia as ideias de cultura e de ideologia como "processo social total" e como "sistema de significados e valores que constituem a expressão ou projeção de um interesse particular de classe" (WILLIAMS, 1980, p. 129). O conceito de ideologia é ampliado pelo de hegemonia, no qual é decisivo "não somente o sistema consciente de ideias e crenças, mas todo o processo social vivido, organizado praticamente por significados e valores específicos e dominantes" (WILLIAMS, 1980, p. 130).

Gramsci entende o conhecimento como uma das condicionantes na luta por hegemonia. No processo de enfrentamento contra-hegemônico, a práxis do sujeito precisa considerar o conhecimento das condições objetivas e subjetivas da realidade e o conhecimento das estratégias de ação, consideradas na amplitude dos modelos de formação econômica e social (MARTINS, 2008).

Genro Filho (2012) afirma que, para Marx, a práxis, como uma ação prática dotada de consciência crítica, é o cerne do conhecimento. Isso porque não é possível separar "sujeito e objeto" ou, em outras palavras, a ação prática não está em relação opositora à teoria que a desvela: são partes de um todo. O autor argumenta que o conhecimento jornalístico se estabelece em um contínuo que tem como principal elemento "a apropriação do real pela via da singularidade", uma operação que busca reconstruir o fenômeno na sua essência e universalidade (GENRO FILHO, 2012, p. 52). Pensando a história como processo das contradições sociais e a política como arena de disputas que constituem o ser humano "em torno da qualificação da práxis social", o jornalismo pode ser visto como "desalienante e humanizador" (GENRO FILHO, 2012, p. 58).

A crítica ao jornalismo tradicional, portanto, não se resume à falta de rigor diante de concepções teóricas ideais: observa, em perspectiva histórica, as relações que permeiam o fazer jornalístico, conformadas por discursos que sempre

carregam ideologias. Se a hegemonia, na atualidade, se expressa na lógica de mercado, há um ponto de referência no jornalismo comercial que hegemoniza a forma de pensar e produzir. A mesma técnica, que serve para manter uma hegemonia, possivelmente não contribui para transformar os valores e as estruturas sociais (VAZ, 2013).

Considerando o caso brasileiro, do ponto de vista teórico, os valores dominantes das escolas de jornalismo norte-americanas e europeias (ocidentais) foram assimilados. No entanto, a história da imprensa local reflete as bases da sociedade brasileira, fundada no escravismo, no patriarcalismo e na assimilação tardia do capitalismo, alinhado aos interesses internacionais. Essa tradição, ajudou na assimilação deformada do próprio jornalismo comercial e da sua capacidade enquanto espaço público. Nem mesmo as técnicas elementares do jornalismo norte-americano foram completamente incorporadas (LAGE, 2001), tampouco a tradição de luta em defesa da democracia liberal. Soma-se a esse histórico, a concentração informacional, com regras para as concessões de radiodifusão instituídas sob o domínio de oligarquias políticas regionais, inviabilizando a pluralidade na arena pública. O discurso hegemônico simula a defesa da liberdade de expressão (LIMA, 2012, p. 129) enquanto mantém o controle político sobre os meios de comunicação.

Jornalismo na perspectiva da luta contra-hegemônica

Uma práxis jornalística contra-hegemônica busca reestruturar o debate público por meio da equidade, da defesa de uma democracia radical e do interesse público. Não se trata da defesa da institucionalidade democrática, mas de uma atitude profunda que construa vias de manifestação midiática dos grupos sociais, rompa com a agenda oficial e se referencie numa lógica cidadã em detrimento da lógica de consumo. Essa práxis confronta o monopólio da mídia tradicional, que vê o jornalismo como um produto de mercado, e não como uma esfera pública atenta às demandas sociais. O jornalismo, nesta perspectiva, exige um grau de ativismo, para além de uma apropriação técnica, metodológica e estética (OLIVEIRA, 2009).

Ao modificar a vida cotidiana, a internet alterou o modelo de produção, consumo e circulação das notícias e o mercado da informação. Uma variedade de redes globais

se constitui, sobrepondo os limites do espaço e do território (ROVAI, 2018). Mesmo circulando de forma menos verticalizada, a internet está sob o comando da sociedade de hegemonia capitalista. Governos tentam limitá-la, enquanto o setor privado de comunicação e tecnologia mantém o controle do mercado, através do oligopólio digital global conhecido pela sigla GAFAM: Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft.

De todo modo, o jornalismo digital no Brasil possibilitou que outras vozes participassem do debate público. Veículos desvinculados dos conglomerados de mídia diversificam de forma significativa o jornalismo, diante da histórica concentração dos meios de comunicação no país (ROVAI, 2018). As experiências jornalísticas que se autorreferenciam como alternativas caracterizam-se como organizações democráticas, participativas e de origem popular. Buscam ser independentes do Estado e do poder econômico (HAUBRICH, 2017). Veículos e práticas autodenominadas como jornalismo independente também surgem na identificação com a modalidade de produção e distribuição de conteúdo jornalístico articulada por projetos coletivos, com origem na rede e não atreladas a grandes corporações midiáticas, a grupos políticos ou empresariais (AGÊNCIA PÚBLICA, 2016).

Embora com nomenclaturas diferentes, há semelhança nos objetivos, estratégias e processos criativos dessas mídias. Do ponto de vista editorial, adotam uma linha crítica e progressista em defesa de valores democráticos, caracterizando-se como contra-hegemônica (PERUZZO, 2009). De algum modo, essas organizações jornalísticas, que surgem nas fissuras do sistema hegemônico, ganham impulso com a ação de profissionais desapontados com o trabalho nas mídias tradicionais. Funcionam com recursos limitados e trabalho voluntário, produzindo e circulando informações e opiniões, sem restrições espaciais (MICK; ESTAYANO, 2018).

Essas iniciativas disputam demandas com outros atores e buscam novos consensos que favoreçam o conjunto em que estão inseridos e de outros grupos subalternos. Deparam-se com contradições e conservadorismo, pois fazem parte do ambiente hegemônico, formado por um circuito complexo e perene de ideias, com base em relações de poder. As ideologias dominantes podem se refletir nos discursos de veículos anti-hegemônicos,

embora não anulem o objetivo transformador dessas mídias (MALERBA, 2013).

Jornalismo e práxis contra-hegemônica

Na atualidade, a constituição de um campo contra-hegemônico, resultado de uma práxis consciente das classes subalternas, se materializa como uma ação de contingência à hegemonia capitalista e também como um processo de acúmulo de forças para construir uma nova hegemonia. Com esse ponto de partida, o primeiro desafio de pensar o jornalismo à luz da relação sistema hegemônico versus campo contra-hegemônico diz respeito à natureza do jornalismo diante das contradições hegemônicas. Exacerbado em sua lógica de mercado, o jornalismo reflete e propõe a ordem do consumo, mantendo um modelo de vida baseado na exclusão. Essa percepção hegemônica do jornalismo, de certo modo, orienta a produção teórica, ainda inspirada em preceitos como objetividade, neutralidade e imparcialidade.

De forma correlata, a noção de jornalismo sempre foi disputada por um campo contra-hegemônico, demonstrando que cumpre uma função para o conjunto da sociedade. Neste campo, o jornalismo buscou contestar o discurso dominante, por meio do conhecimento que é capaz de produzir, não a partir da neutralidade ou de uma objetividade cética, mas de relações dialéticas entre objetividade e subjetividade, com transparência política.

A partir da teoria de Genro Filho (2012), adota-se o jornalismo como uma forma social de conhecimento que busca, centrada no singular, as dimensões particulares e universais da realidade concreta que permeiam o fato ou acontecimento. Essa percepção se assemelha à busca pela integralidade gramsciana no discurso jornalístico. Nos dois casos, referenciados em Marx, a práxis jornalística aparece como resultante de uma ação prática (técnica + observação do irrepetível/singular ou a informação/cotidiano) à luz de uma consciência crítica: a práxis que produz o conhecimento jornalístico. Na disputa da hegemonia do discurso jornalístico, em um ecossistema midiático de embates violentos (ROVAI, 2018), os critérios de decisão para a reconstrução do fato ou do acontecimento precisam ser transparentes: a versão deve apresentar a concepção de mundo adotada e o conhecimento produzido deve demonstrar a ideologia que sustenta suas escolhas.

Enquanto campo teórico, o jornalismo também está em movimento. A academia é uma arena de disputa de hegemonia, influenciando as formas de compreender o jornalismo enquanto campo de pesquisa. Também é correto dizer que o mercado dá o tom à formação em jornalismo, sobretudo naquelas instituições que atuam para a lógica da educação privada. No caso do Brasil, 61% do ensino do jornalismo é privado, cujo caráter prevalecente é mercadológico (MICK e LIMA, 2013).

Se, para Gramsci, a ação é sempre política e o conhecimento é resultado de uma práxis na qual teoria e prática estão amalgamados criticamente, pressupõe-se que o jornalismo também requeira uma ação política. Quando seleciona fontes, delimita as informações que serão utilizadas e as interpreta, o jornalista faz escolhas políticas. Não há, portanto, contradição em compreender o jornalismo como um ambiente no qual marcas do ativismo se manifestam, desde que isso ocorra de maneira transparente, respeitando sempre a inteligência e a curiosidade do leitor (ou audiência), como propõe Genro Filho (2012).

Como instrumento para a luta contra-hegemônica, o jornalismo procura desestabilizar estruturas hegemônicas de poder, consciente de que a sua não opção pelo consenso gera confrontos com os interesses em jogo. Reflete atuações contra o sistema capitalista, patriarcal e de exclusão social, racial e étnica, articuladas por organizações do movimento social ou por coletivos de jornalistas/comunicadores. Busca romper com a lógica neoliberal, em defesa da radicalização democrática e têm como estratégia a autonomia editorial das grandes corporações econômicas e de grupos políticos dominantes. As mídias alternativas compõem um bloco heterogêneo, do ponto de vista político e editorial, atuando, em geral, orientadas por pressupostos éticos da profissão e por visões de mundo dissonantes daquelas reproduzidas pelo jornalismo convencional, dominante.

Esse bloco gera uma variedade de produtos jornalísticos que vão desde aqueles que propõem uma ação mais militante e organizada (como veículos de partidos e de alguns movimentos sociais, a exemplo do jornal do MST); passam pelos canais ligados aos movimentos de ativismo em comunicação (que mesclam jornalismo, ciberativismo e hacktivismo), até aqueles veículos que não atuam em relação direta com a ação político-militante, mas buscam

se diferenciar dos veículos tradicionais por mais rigor metodológico na produção jornalística e independência editorial.

No Brasil, a crescente desvalorização do trabalho para profissionais do jornalismo é outro aspecto que impulsiona a criação de alternativas. A multifuncionalidade, os vínculos precários, jornadas de trabalho excessivas, deterioração da saúde laboral e as demissões frequentes são fatores que obrigam os jornalistas a buscarem novos caminhos para continuarem na profissão. Soma-se ao contexto, a concentração da mídia, que atinge o patamar de oligopólio, comprometendo a pluralidade política, necessária para as sociedades democráticas.

Essas iniciativas são desenvolvidas por coletivos de jornalistas e comunicadores que buscam atuar livremente no jornalismo, articulados com movimentos sociais ou causas históricas dos excluídos, exercendo um nível de ativismo. Nesse sentido, é preciso observar se as relações de trabalho também não são precarizadas em detrimento do compromisso militante.

O ativismo é uma condição solicitada, de algum modo, quando se propõe um paralelo entre o novo intelectual de Gramsci e o jornalista que atua na luta contra-hegemônica. Existe um amálgama entre identidade profissional e militante que, embora o discurso tradicional do jornalismo trate como contraditório, revela um profissional que se preocupa com uma práxis jornalística de novo tipo.

As experiências jornalísticas alternativas contemplam uma visão heterogênea. Em alguns casos, são mais próximas das lutas estruturais; em outros, atuam em defesa das causas identitárias e culturais. Movem-se de forma a modificar o cenário de oligopólios de comunicação, embora ainda não tenham ultrapassado um raio de público que dialogue mais amplamente com a população. Ainda que influenciadas pelas lógicas hegemônicas, presentes no modo de produzir o jornalismo, seja no meio acadêmico ou no cotidiano laboral, buscam nesta contradição criar suas próprias formas de produção e circulação das notícias. Também se encorajam a enfrentar governos, instituições de poder e grandes grupos econômicos. Paralelamente, visibilizam outras formas de viver e pensar, contam a história daqueles que a grande imprensa ignora, estigmatiza e criminaliza. Buscam ouvir as vozes excluídas dos debates latentes de nosso tempo. A diversidade nas perspectivas dessas mídias e de seus coletivos, seus modos de pensar a

existência humana, refletem no jornalismo que defendem.

A priori, no atual estágio da luta por uma transformação social mais profunda, o conhecimento jornalístico produzido por essas experiências pode ajudar a conter a escalada de retrocessos, no cenário brasileiro. A seu modo, esses veículos estão participando da mobilização social em torno de valores inclusivos, questionam os falsos entendimentos, convencionados a partir da ideia de neutralidade, e denunciam governos e instituições que atacam os direitos sociais e a precária liberdade democrática conquistada.

Considerações finais

Tendo como ponto de chegada a práxis contra-hegemônica no jornalismo, a síntese mais relevante da relação hegemonia, conhecimento e jornalismo é a capacidade de transformação da realidade. Se, para Marx, o conhecimento é resultado de uma ação prática imbuída de senso crítico, o jornalismo como uma forma social de conhecimento pode ser pensado a partir da lógica dos grupos que não cedem à perspectiva dominante. Torna-se um instrumento de contestação da ideologia hegemônica e de disseminação de outras formas de viver e pensar.

Na visão de Genro Filho (2012), o conhecimento jornalístico se constitui, a partir do singular, para encontrar as dimensões particulares e universais que sustentam o fato ou o acontecimento. Na leitura gramsciana, também se busca uma integralidade no discurso jornalístico. Cabe explorar com mais atenção os nexos entre a proposta de jornalismo integral de Gramsci e a teoria marxista do jornalismo de Genro Filho: a relação entre as ideias de objetividade e subjetividade presentes nas duas perspectivas, e a relação entre o irrepetível, o particular e o universal, da obra de Genro Filho, em diálogo com a transversalidade presente entre o cotidiano e o simples, com a percepção de integralidade do jornalismo ideal de Gramsci, na perspectiva de uma práxis humana transformadora.

Do ponto de vista das experiências que compõem o conjunto contra-hegemônico no cenário comunicacional brasileiro, compreende-se como central a questão da proeminência do veículo ou plataforma e dos coletivos que a sustentam. Acredita-se que usufruir da capacidade técnica e de circulação do veículo para disseminar um

pensamento dissonante, de alguma forma, é uma ação contestatória. No entanto, é fragmentada e não modifica as relações mais profundas que o jornalismo exerce na construção da opinião pública. O desvelamento da ideologia dominante é circunstancial, não corroborando uma construção mais integral do entendimento público.

Referencias

AGÊNCIA PÚBLICA. O mapa do jornalismo independente. Disponível em http://twixar.me/VDnT. Acesso em: 03 fev. 2018.

GENRO FILHO, Adelmo. O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

GRAMSCI, Antonio. Cadernos do Cárcere. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. v. 2.

GRAMSCI, Antonio. Cadernos do Cárcere. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007. v. 3.

GRAMSCI, Antonio. Cadernos do Cárcere. 7. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014. v. 1.

HAUBRICH, Alexandre. Mídias Alternativas: a palavra da rebeldia. Florianópolis: Insular, 2017.

LAGE, Nilson. A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LIMA, Venício A. de. Liberdade de expressão x liberdade de imprensa: direito à comunicação e democracia. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

MALERBA, João Paulo. Catarse e contra-hegemonia: contribuições teóricas gramscianas para a Comunicação Comunitária. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36., 2013, Manaus. Anais [...] São Paulo: Intercom, 2013. Disponível em: http://bit.ly/2WYdlXg. Acesso em: 01 nov. 2019.

MARTINS, Marcos Francisco. Marx, Gramsci e o conhecimento: ruptura ou continuidade?. Campinas: Autores Associados, 2008.

MARX, Karl. Teses sobre Feuerbach. 1845. Disponível em: http://bit.ly/2pNTAex. Acesso em: 30 set. 2019.

MICK, Jacques; ESTAYNO, Sabina. Jornalistas na crise: as carreiras interrompidas na mídia e a estrutura dual da profissão (2012-2017). In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 16., 2018, São Paulo. Anais [...]. [S. l.]: Sbpjor, 2008. Disponível em: http://bit.ly/32wyLS1. Acesso em: 08 nov. 2019.

MICK, Jacques; LIMA, Samuel. Perfil do jornalista brasileiro: Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012. Florianópolis: Insular, 2013.

OLIVEIRA, Dennis de. Jornalismo alternativo, o utopismo iconoclasta. In: VII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2009, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2009.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. Revista Galáxia, São Paulo, n. 17, p. 131-146, jun. 2009.

ROVAI, Renato. Um novo ecossistema midiático: a história do jornalismo digital no Brasil. Buenos Aires: Clacso, 2018.

SEMERARO, Giovanni. Anotações para uma teoria do conhecimento em Gramsci. Revista Brasileira de Educação, Rio de Janeiro, n. 16, p. 95-104, Apr. 2001. Disponível em: http://twixar.me/XWmT. Acesso em: 18 nov. 2019.

VAZ, Ana Lucia. Jornalismo na correnteza: senso comum e autonomia na prática jornalística. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2013.

WILLIAMS, Raymond. Marxismo y literatura. Barcelona: Ediciones Península, 1980.

Comunicación en conflictos socio-ambientales: experiencias en el marco de las consultas populares

Robert Adrian Quintero Leguizamon[141]

Marisabel García[142]

Resumen: En esta ponencia se esboza una caracterización de las prácticas comunicacionales de comités promotores de consultas populares realizadas contra proyectos de extracción minero-energética en dos municipios de Colombia: Arbeláez (Cundinamarca) y Fusagasugá (Cundinamarca). Para efectos de la caracterización se aborda los factores que originaron el conflicto socioambiental, reconstruye el proceso de convocatoria a la consulta, y detalla las acciones que en el terreno de la comunicación organizaron los comités promotores. Bajo la categoría de "repertorio de prácticas comunicacionales" se identifica la integración de nanomedios y artes populares articuladas a las acciones de organizaciones sociales que impulsaron las consultas. De igual modo se determina los mecanismos que posibilitaron la difusión de la consulta popular, y señala los aprendizajes sociales inscritos en las prácticas comunicacionales. Por último, se indica que el proceso de comunicación de los comités promotores de consulta robustece el reconocimiento de los conflictos socioambientales en la comunidad, expande y diversifica la opinión pública, y contribuye al desarrollo de los mecanismos de participación popular.

Palabras Clave: Comunicación popular, consultas populares, conflictos socio-ambientales

[141] Maestro en Estudios Latinoamericanos, Docente-Investigador, Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia, rquinterole@uniminuto.edu.co

[142] Docente-investigadora, Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia, marigarcia@uniminuto.edu

La ponencia cuenta da cuenta de las actividades, resultados y hallazgos preliminares en el marco del proyecto de investigación La comunicación popular alternativa como una herramienta de participación comunitaria, en el marco de las Consultas Populares desarrolladas frente a conflictos territoriales. Casos: Fusagasugá (Cundinamarca) y Arbeláez (Cundinamarca).

El proyecto se propuso como objetivo caracterizar y analizar los procesos de comunicación popular alternativa en las comunidades que desarrollaron recientes Consultas Populares frente a proyectos extractivos en los casos de Cajamarca (Tolima), Fusagasugá (Cundinamarca) y Arbeláez (Cundinamarca). A partir de la identificación de las prácticas de comunicación popular alternativa presentes en las Consultas Populares de Cajamarca, Fusagasugá y Arbeláez; la realización de un análisis del contexto social, político y cultural de los territorios escogidos, estableciendo los hitos del conflicto territorial que han marcado la trayectoria de las iniciativas comunicativas; y la sistematización de la caracterización de las prácticas comunicativas, a través de una infografía que permita visualizar de forma pedagógica la temática abordada.

En consecuencia, se expondrá la discusión sobre la innovación comunicativa de las organizaciones y la forma a través de la cual se alimentan formas comunicativas diversas, por ejemplo, entre los escenarios rurales y urbanos. En este sentido, es posible afirmar que la comunicación popular se transforma a la vez que las organizaciones adaptan sus lógicas, estrategias y territorios.

Por prácticas comunicacionales comprendemos la praxis de colectivos o movimientos (de diversa impronta ideológica e intereses políticos, sociales y culturales) orientada a producir, modificar, o posibilitar experiencias de sentido en una comunidad. Visto así las prácticas comunicacionales son procesos simbólicos y materiales con los que se busca generar interacciones dialógicas que activen escenarios deliberativos en la opinión pública (Habermas, 2002), a partir del recurso a un conjunto amplio de medios, que repercute al nivel de las mediaciones comunicativas (Barbero, 1998). En ocasiones, tácticas y estrategias de comunicación socialmente heredadas sirven a la praxis comunicacional de los colectivos configurando así repertorios. Este último concepto, a la manera como Tarrow y Tilly (McAdam, Tarrow, Tilly, Güell, & i Puig, 2005) lo comprenden, nos permite identificar el

abanico de propuestas y proyectos comunicacionales desarrolladas de cara a la promoción de la consulta popular. Tilly señalo que los repertorios de acción colectiva son los medios que la gente utiliza para alcanzar objetivos comunes. Es decir, los repertorios constituyen horizontes de experiencias colectivas (Svampa, 2009). En tanto es posible advertir el recurso a un conjunto de interacciones de tipo comunicacional, practicadas por actores similares, que tienen como propósito incidir en el conflicto socioambiental a través las consultas populares (tanto en Arbeláez como en Fusagasugá), consideramos adecuado referir que en los casos señalados se configuran repertorios de prácticas comunicacionales.

En tal perspectiva, se consideró fundamental que fuesen directamente los creadores, operadores, o productores de las prácticas comunicativas quienes a partir de su experiencia procurasen esclarecer a nivel conceptual los alcances, limites, propósitos, y métodos contenidos en sus apuestas. Para efectuar tal procedimiento, realizamos entrevistas semiestructuradas y abiertas con miembros de los comités promotores, en donde se reconstruyó las características y sentidos de dichas prácticas a través del relato histórico y recorridos territoriales por los municipios.

Un componente importante de dicho proceso fue reconocer la especificidad cultural de los mensajes empleados en cada Municipio para potenciar los impactos comunicacionales en la promoción de la consulta. En efecto, en Arbeláez y Fusagasuga se promovió el voto utilizando símbolos de los ecosistemas de la región o de los principales productos agrícolas que se verían amenazados en caso de que los proyectos minero-energético prosperasen; así mismo, los mensajes jugaron con el ethos cultural de las comunidades(valores, formas de pensamiento, esquemas de comprensión, creencias religiosas) y las consecuencias sociales que podrían desprenderse de implantarse las lógicas corporativas en sus territorios (ruptura de los lazos comunitarios, actividades recreativas contrarias a la moral de los pobladores, etc.).

El proceso de investigación implicó la inmersión en los respectivos municipios por tres días, buscando conocer los procesos de difusión de las consultas. A la manera como en los movimientos sociales se produce una difusión del repertorio de acciones contenciosas, a partir de conexiones gestadas en redes trans-escalares, en los

que grupos generan aprendizajes sociales sobre la política contenciosa, de forma concomitante sucede con el repertorio de prácticas comunicacionales. En efecto, de acuerdo a nuestra observación, entre los comités promotores de consulta analizados también se diseminó métodos y estrategias de prácticas comunicacionales, mismos que fueron recreados desde las singularidad y capacidad creativa de los actores (mediante la resignificación de los universos de sentido inscritos en las practicas), y su interpretación y análisis estratégico de los territorios y las comunidades.

En cuanto al trabajo de campo, a través de observación participante se recolectó información sobre las organizaciones promotoras de las consultas, se profundizó junto a ellas en los factores detonantes del conflicto socioambiental, y además, se acopió muestras de las practicas comunicacionales en formato impreso y digital (volantes, carteles, boletines informativos, revistas, fotografías de murales., programas radiales y videos promocionales). Así mismo, se sostuvo entrevistas con miembros de la administración política (concejales y Alcaldes), dado que dichas consultas fueron convocadas por autoridades políticas del municipio. En estos casos, podemos sostener que las consultas populares configuraron lo que Walter y Urdiki (Walter & Urkidi, 2017) refieren como el bricolaje institucional, esto es, la combinación de "competencias formales e informales (es decir, regulación, gestión, comunicación) y diferentes formas de poder (por ejemplo, legitimidad, redes, recursos, confianza) de los movimientos sociales y los gobiernos locales".

Los comités promotores en la consulta popular de Arbeláez: repertorios de acción comunicacionales

Para los comités promotores la necesidad de involucrar y movilizar a la comunidad en la determinación de impedir la extracción de petróleo derivó en la exigente tarea de ampliar la esfera pública a través de la apertura de espacios de discusión participativos, nutridos por ejercicios de argumentación colectivos sobre el asunto en cuestión. Así mismo, tal propósito, animó la elaboración y puesta en común de un repertorio de prácticas comunicacionales.

Algunas de ellas se encaminaron a servir como mecanismos de difusión del mensaje asociado a la convocatoria de la consulta, para lo cual se adoptaron formas

tradicionales de comunicación. El empleo de aquellas formas heredadas se produjo en el marco de una elección estratégica de los medios, formatos y estilos de comunicación que se adaptaban con mayor eficacia al ethos cultural de los habitantes del municipio. Pero, de igual modo, se concibieron procesos de comunicación que propiciaron la interacción y el encuentro de la comunidad en torno a la participación social necesaria para la búsqueda de opciones a la iniciativa impulsada por el gobierno central y agentes corporativos.

Tales procesos interpelaron a la comunidad sobre las afectaciones socioambientales asociadas a la explotación de hidrocarburos, al tiempo que se apoyaron en diseños edocumunicativos, creaciones artísticas y prácticas carnavalescas típicas del municipio para fortalecer el llamado a la participación social. Estas últimas produjeron una recomposición de los sentidos heredados, y potenciaron la resignificación del conflicto desde una perspectiva ecológica entre los habitantes del pueblo. Al abrir el repertorio de acción comunicacional a la iniciativa de distintos grupos sociales, y al integrar el lenguaje coloquial, las creencias y valores dominantes de la comunidad, así como refuncionalizar el sentido común (que sustenta la interpretación de la cotidianidad social), los comités promotores lograron amplificar la acción contenciosa y fortalecer la convocatoria a la CP. El pensar en la conformación de un repertorio de acciones comunicacionales a tono con el orden y dinámicas sociales, políticas y culturales del pueblo conllevó a los comités a recrear sus marcos de interpretación sobre las apuestas colectivas, y los sentidos forjados desde aquellas, en el contexto de una comunidad caracterizada por su arraigo a las ideas conservadoras.

De tal manera, los seis meses (diciembre del 2016-mayo del 2017) que trascurrieron entre la convocatoria a la CP y el aval de las distintas instituciones del Estado para la celebración de la misma, fueron empleados para desplegar las acciones comunicacionales de impulso a la iniciativa de participación popular. El repertorio comunicacional se dirigió tanto a los habitantes más urbanizados de la cabecera municipal como a los sectores rurales compuestos por campesinos, pequeños y medianos agroempresarios e incluso hacendados. Con base en el eslogan “Arbeláez vota no”, el repertorio involucró acciones comunicacionales ejecutadas

directamente por los comités a través de medios y estrategias propios para los que no se requirió o descartó la mediación tecnológica(a estas por ende hemos denominado acciones directas)1.

Las acciones directas se basaron en visitas puerta a puerta, elaboración de murales, volantes, carteles, pasacalles y estampados (algunos de ellos hechos a mano). Los símbolos y mensajes irradiados a través de estas formas hicieron énfasis en el agua y el ecosistema de paramo en tanto bienes naturales comunes a proteger mediante la consulta (recuérdese que el municipio hace parte de la provincia de Sumapaz donde justo se encuentra uno de los más extensos ecosistemas de paramos de Colombia); de igual modo, a partir de aquellas acciones comunicacionales se exhortó a participar a la comunidad de los distintos foros, conversatorios (e incluso un cabildo municipal) que tuvieron por tema el impacto del sector hidrocarburos en los territorios.

Otras acciones directas implicaron un mayor nivel de elaboración y organización. Es el caso de la estrategia educomunicativa, basada en un enfoque de pedagogía popular, a partir de la cual se elaboraron talleres, conversatorios y encuentros masivos en espacios cubiertos, en los que se emplearon el diseño de maquetas y dioramas para explicar de forma didáctica las implicaciones del extractivismo. El público al que se dirigieron las actividades fue diverso, para con ello situar la problemática en el conjunto de la comunidad y no tan solo en los posibles votantes de la consulta. De igual modo, resulta importante mencionar el uso de expresiones artísticas como la puesta en escena de una obra de teatro callejero o relatos orales compartidos en público (cuentería), presentados en un espacio emblemático para la comunidad como la plaza de mercado. Es posible advertir que la incorporación de algunas de estas acciones comunicacionales son producto del proceso de aprendizaje social gestado por el movimiento ambiental en el curso de las movilizaciones desarrolladas a escala nacional e internacional, y respecto a las cuales los comités promotores de consulta de Arbeláez lograron realizar adaptaciones locales sujetas a las particularidades del contexto (aprendizajes transescalares).

Los comités promotores en la consulta popular de Fusagasugá repertorios de acción comunicacionales

A finales del septiembre de 2018, se fija como fecha de la consulta el día 21 de octubre, lo que implicó un mes de proceso pedagógico y convocatoria. El mensaje que se quiso posicionar desde quienes impulsaron la votación fue: "convocar a la mayor parte de los habitantes del municipio a votar en contra del extractivismo, mediante un ejercicio pedagógico y consiente, a sabiendas de que buena parte de ellos no tienen una identidad con el territorio, debido a su reciente llegada al mismo" (Mónica Silva, entrevista, 3 de diciembre de 2018). Sin embargo, se contaba con un tiempo corto para circular repertorios comunicacionales que permitieran lograr dicho objetivo.

En consecuencia, se hizo uso de diversas prácticas comunicacionales para ampliar el proceso de concienciación entre los habitantes del municipio, algunas indirectas y otras directas, y de estas, se pueden ubicar algunas más clásicas en el marco de la acción colectiva, mientras otras, se caracterizaron por recomponer los sentidos heredados.

Entre las prácticas indirectas se destacan: Cuñas radiales, entrevistas y debates difundidos por las emisoras Nueva Época y Toca Stéreo, que tuvieron un impacto focalizado en la población rural del municipio, en tanto es el medio de comunicación más usado por los campesinos. También se identificaron afiches, canciones y murales en las vías aledañas, en colegios y puentes, donde se plasmaban paisajes del municipio y eslogan como: ¡Agua sí, petróleo no¡, ¡Agua y agricultura, si, petróleo y minería no!, ¡La universidad es el páramo del conocimiento y cada estudiante es un frailejón que debemos preservar!, ¡NO al saqueo de nuestros recursos naturales. Que la historia no se repita!.

Se evidencia una amplia relación con lo digital y particularmente con las redes sociales, lo cual posibilitó masificar el mensaje, "por medio de redes se difundieron, inicialmente, mensajes muy generales en relación al conflicto ambiental, posteriormente, fueron más concretos, tales como: puntos de votación, horas que estarían abiertas las urnas, hora a la que se espera tener resultados, umbral a superar, entre otros." (Mónica Silva, entrevista, 3 de diciembre de 2018)

Dentro de la recomposición de los sentidos heredados, cabe mencionar una serie de videos realizados por un Youtuber del municipio, que explicaron de forma pedagógica qué era el fracking. Así como el

uso de las redes sociales de Whatsapp y Facebook, para publicar videos de personas famosas que apoyaban la consulta, imágenes, eslogan y resultados de otras consultas anteriormente desarrolladas.

En relación a las practicas comunicacionales directas con impacto en la convocatoria de la consulta, se pueden ubicar principalmente: las visitas puerta a puerta por los barrios del municipios, los semáforos humanos en las horas pico, estampados, bonos a los comerciantes con imágenes de paisajes y el perifoneo, al respecto Patricia Rodríguez, afirma que "es una estrategia comunicativa directa muy importante, en tanto que se va saludando a la gente y se le va llevando el mensaje, se usó para decirle a la gente que la consulta seguía vigente" (Patricia Rodríguez, entrevista, 4 de diciembre de 2018). Algunas de las prácticas directas que permitieron la recomposición de los sentidos heredados, fueron las manillas azules que identificaban a las personas como guardianes del agua y se entregaban personalmente, las marchas carnavales y eventos culturales, que retrotrajeron herramientas propias del arte para vincular a los habitantes a la acción colectiva.

El componente pedagógico de la comunicación utilizada no se puede desconocer, por una parte, permitió que los colegios llevaran a cabo consultas simbólicas y concursos de dibujo frente al valor del agua para niños, niñas y jóvenes, convirtiéndose en eslabones fundamentales al interior de los hogares, invitando al resto de la familia a sumarse a la acción colectiva. De igual forma, mediante el ejercicio pedagógico se logró vincular paulatinamente otros medios de comunicación que inicialmente no permitían ampliar la difusión del mensaje, tal fue el caso de emisoras y periódicos locales, según afirma Rodríguez.

Se pueden identificar como marcos interpretativos fundamentales para acudir a la idiosincrasia de la población y desde allí generar identidad cultural de los habitantes. Al respecto "se tomaron símbolos del páramo, su vegetación, el agua y la diversidad productiva, otro símbolo fue el poncho, así como los Chigüiros del caso de Casanare que mostraban las consecuencias ambientales de otros procesos extractivos" Patricia Rodríguez, entrevista, 4 de diciembre de 2018)

Conclusiones

En Colombia los medios alternativos (asociados a movimientos sociales u organizaciones sociopolíticas) se han erigido

en una de las principales fuentes de información sobre las problemáticas ambientales. En efecto, son estos quienes se han encargado de indagar y sacar a la luz pública, con enormes obstáculos institucionales, los impactos al ecosistema de proyectos reprimarizadores de la economía.

Estos proyectos extractivos asociados a commodities, han generado conflictos socio ambientales con nefastos efectos sobre las comunidades en el país. Las CP analizadas en el presente artículo, son parte del amplio repertorio de acción colectiva al que han recurrido las poblaciones afectadas, planteando respuestas que propugnan por la autonomía, la auto determinación y un profundo cuestionamiento al modelo de desarrollo. Dichas Consultas se caracterizaron por convocar una heterogeneidad de actores sociales, que con la intensión de participar en asuntos públicos, detonaron potentes ejercicios comunicativos de carácter contra hegemónico. Las iniciativas conocidas, si bien, generalmente no contaron con grandes producciones, fueron profundamente originales en el contenido y la forma, combinando procesos de información, denuncia, problematización y concientización sobre la extracción y sus repercusiones.

En lo que respecta a la caracterización de los repertorios de las prácticas comunicacionales, se exponen los siguientes aspectos identificados:

La comunicación utilizada no solo actuó impulsando a nuevas expresiones del movimiento social ambiental a nivel municipal y nacional, sino que se constituyó en un soporte indispensable para las organizaciones sociales ya consolidadas; en consecuencia, se puede identificar como una herramienta de trabajo popular que permitió que la acción colectiva se irradiara a partir de los significados compartidos, las experiencias comunes y los sentidos coincidentes, todos ellos evocados con una interesante comprensión del ethos cultural local.

De tal forma, los comités promotores, motivaron la inserción de nuevos miembros provenientes de la base social a través de la práctica, derribando el prejuicio de que el conocimiento en el campo comunicativo y sus respectivos productos, son del manejo único de especialistas. Así, prosperaron piezas comunicativas sui generis con un alcance significativo, que propugnaron por visibilizar las prácticas cotidianas de los

pobladores, y expresar el cuidado y defensa de las mayorías sobre los bienes comunes. En dicho ejercicio, fue fundamental la amplia relación con lo digital y las redes sociales, permitiendo tanto la masificación del mensaje, como la adhesión de otros sectores de la sociedad que no necesariamente se veían directamente afectados por el conflicto, pero si interpelados por la reivindicación divulgada.

Las disputas colectivas contra la lógica extractiva facilitaron la emergencia de reivindicaciones centradas en la justicia ambiental, esto hizo posible que las acciones colectivas, y sus marcos de sentido, fueran permeadas por referentes ecologistas y ambientales. Queda por esclarecer si quizá un incremento en el interés por las problemáticas ambientales en la opinión pública sirvió como una estructura de oportunidad para movilizar a los habitantes de los municipios. Lo cierto es que el repertorio de acciones comunicacionales se fundamentó en un proceso educomunicativo en el que la agenda ambiental cobró un lugar indiscutible. El uso de artes populares (obras de teatro, cuenteria, etc), el recurso a nanomedios (podcast, uso de plataformas web 2.0) y la gestación de espacios de discusión y formación, enfocados en los impactos ambientales del extractivismo, fortaleció la interacción de la comunidad alrededor del abordaje de los problemas socioambientales y económicos provocados por el modelo de desarrollo dominante en los territorios. Así mismo, el repertorio de acciones comunicacionales contribuyó a activar la esfera pública local al concitar el debate social y suscitar la participación de múltiples sectores que por razones distintas asumieron como un asunto de importancia la cuestión en conflicto.

Al orientar las estrategias o acciones comunicacionales al ámbito local los comités promotores lograron fortalecer la eficacia en la difusión de los mensajes y reconfigurar la praxis comunicativa desde la comprensión y resignificación de los esquemas hegemónicos que anidan en el sentido comun. Al tiempo, recuperaron el buen sentido (mediante el uso de símbolos y discursos) inscrito en los valores inherentes a las practicas colectivas, relacionadas con el cuidado y preservación de los bienes comunes que aún persisten en algunas comunidades. Las acciones colectivas desarrolladas por los comités promotores impactaron el campo de las mediaciones al recrear los símbolos asociados a la biodiversidad (con los cuales se ha procurado

establecer una identidad local o nacional) para motivar la participación en la consulta, e incitaron a readecuar los formatos narrativos y medios de comunicación para idéntico propósito. En los comités promotores de las consultas populares, tanto como sucede con la pléyade de movimientos sociales en América Latina, no hay una separación de base entre organización social y medios de comunicación (Zibechi, 2007). Las organizaciones sociales comunican en sí mismo, ellas mismas son medios y procesos de comunicación, de allí que una de las acciones por excelencia, más allá de la convocatoria a las consultas, fue la praxis comunicacional.

El conjunto de información recabada y construida fue sistematizada en una matriz que organiza los resultados de la investigación en dos secciones: en la primera, se desglosa aspectos del conflicto socio ambiental, y se aportan elementos para su contextualización; en la segunda, procedemos a clasificar la información del repertorio de las prácticas comunicacionales, sirviéndonos para ello de algunas categorías que conforman la perspectiva de la interacción estratégica de los movimientos sociales. Dicho ejercicio se elaboró de forma particular para cada uno de las consultas estudiadas.

Referencias

Andrea, C. (2017). Arbeláez se prepara para la consulta popular. Retrieved May 10, 2019, from http://fusagasuganoticias.com/word/medio-ambiente/arbelaez-se-prepara-para-la-consulta-popular/

Arbeláez, segundo municipio del Sumapaz en decir NO a proyectos extractivos. (2017). Retrieved May 11, 2019, from http://www.colombiainforma.info/arbelaez-segundo-municipio-del-sumapaz-en-decir-no-a-proyectos-extractivos/

Barbosa, H. (2017). Consulta popular en Arbeláez para proteger municipio ante gran minería y petróleo. Retrieved May 11, 2019, from http://soachailustrada.com/2017/07/consulta-popular-arbelaez-proteger-municipio-ante-gran-mineria-petroleo/

Bocanegra, H., & Carvajal, J. E. (2019). Extractivisimo, derecho y conflicto social en colombia. *Revista Republicana*, (26), 143–169.

Botia Flechas, C. J.y Preciado Beltrán, J.(2019). Resiliencia comunitaria: Defensa del agua y del territorio en la cuenca del río

Sumapaz, Colombia. Perspectiva Geográfica, 24(1).

Cadavid, M. J. (2014). Disputas territoriales y conflictos socioambientales: lucha y solidaridad en torno al territorio y los recursos naturales. *REVISTA CONTROVERSIA*, (202), 77–108. Retrieved from http://revistacontroversia.com/index.php?journal=controversia&page=article&op=view&path[]=9

Capriles, O. (2016). ¿Política de comunicación o comunicación alternativa? *Revista Latinoamericana de Ciencias de La Comunicación*, *12*(23).

Castells, M. (1999). *La era de la información. EL poder de la identidad.* Ciudad de México, México.: Siglo XXI.

Ceceña, A. E. (2017). Chevron: la territorialidad capitalista en el límite. *Ceceña AE Y Ornelas, R.[Coords.] Chevron: Paradigma de La Catástrofe Civilizatoria, Siglo XXI Editores, México*.

Conde, M. (2017). Resistance to mining. A review. *Ecological Economics*, *132*, 80–90.

Conde, M., & Le Billon, P. (2017). Why do some communities resist mining projects while others do not? *The Extractive Industries and Society*, *4*(3), 681–697.

de Observación Electoral, M. (2012). *Mecanismos de participación ciudadana en Colombia:-20 años de ilusiones*. Misión de Observación Electoral.

Dietz, K. (2018). Consultas populares mineras en Colombia: Condiciones de su realización y significados políticos. El caso de La Colosa. *Colombia Internacional*, (93), 93–117.

Downing, J. (2009). Integrando los niveles de la comunicación contra-hegemónica. *Portal de La Comunicación. Recuperado de: Http://www. Portalcomunicacion. com/catunesco/download/2010_DOWNING_NANOMEDIOS% 20DE% 20COMUNICACIÓN. Pdf*.

Downing, J. (2010). Nanomedios de comunicación:¿ medios de comunicación comunitarios?¿ o de red, o de movimientos sociales?¿ qué importancia tienen?¿ y su denominación? In *Conferencia Medios comunitarios, movimientos sociales y redes, Cátedra UNESCO InCom-UAB, Barcelona*.

El Espectador (2018). Fusagasugá y San Bernardo: el balón está en su cancha. Recuperado de: https://www.elespectador.com/opinion/fusagasuga-y-san-bernardo-el-balon-esta-en-su-cancha-columna-818833

Entrevista a Luis Jaime Ortiz, Asojuntas, Colombia. (2017). Retrieved May 11, 2019, from https://www.ivoox.com/entrevista-a-luis-jaime-ortiz-asojuntas-colombia-audios-mp3_rf_19787521_1.html

Escobar Jiménez, D. (2016). La ley es para los de ruana conflictos por los recursos naturales en el municipio de pasca, Cundinamarca. Trabajo de grado presentado como requisito parcial para obtener el título de sociólogo. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.

Garay, L. J., Cebrera, M., Espitia, J. E., Fierro, J., Negrete, R., & Pardo, L. A. (2013). Minería en Colombia. Derechos, políticas públicas y gobernanza. *Contraloría General de La República, Bogotá*, *196*.

Gil, A. (2019) Minería y movilizaciones sociales en Colombia: consultas populares y derecho al territorio/Mining and social mobilization in Colombia: popular consultation and territory rights. Política y Sociedad, vol. 56, nº. 1, p.87.

González, J. C. (2006). Apuntes para comprender la cultura ambiental desde la comunicación. *Global Media Journal México*, *3*(6).

Gutiérrez, V., & Silva, M. (2018). Propuesta pedagógica Escuela de promotores y promotoras en defensa del territorio de la provincia del Sumapaz. Retrieved May 11, 2019, from http://revistapolifonias.pedagogica.edu.co/2018/12/01/propuesta-pedagogica-mes/

Habermas, J. (1986). La esfera de lo público. *Revista de Ciencias Sociales (Montevideo)*, (1), 7–10.

Helwege, A. (2015). Challenges with resolving mining conflicts in Latin America. *The Extractive Industries and Society*, *2*(1), 73–84.

Hincapié, S. (2017). Entre el extractivismo y la defensa de la democracia. Mecanismos de democracia directa en conflictos socioambientales de América Latina. *Recerca: Revista de Pensament I Anàlisi*, (21), 37–62.

ILSA (2014). El río Sumapaz, proyecto hidroeléctrico "El paso": Agua y vida campesina en riesgo. Recuperado de: https://issuu.com/ilsaenred/docs/sumapaz

Martinéz Alier, J. (2011). *El ecologismo de los pobres*. Barcelona, España.: Icaria Editorial.

Martínez Ortiz, A., & Aguilar Londoño, T. (2013). Estudio sobre los impactos socioeconómicos del sector minero en Colombia: encadenamientos sectoriales. *Nueva Serie-Cuadernos de Fedesarrollo*, *47*.

Mc Adam, D. (1999). Movimientos sociales perspectivas comparadas. Oportunidades políticas, estructuras de movilización y marcos de interpretativos culturales. Madrid, España: Ediciones Istmo.

McAdam, D., Tarrow, S., & Tilly, C. (2005). *Dinámica de la contienda política*. Barcelona, España: Hacer editorial.

Monsalve, M. M. (2017, May 7). Consulta popular en Arbeláez para frenar petroleras. *El Espectador*. Bogotá, Colombia. Retrieved from https://www.elespectador.com/noticias/medio-ambiente/consulta-popular-en-arbelaez-para-frenar-petroleras-articulo-692704

Moreno, J. (2018). Cuando El Río Suena Agua Lleva, Defender Para Gobernar En La Provincia de Sumapaz. Trabajo de Grado para optar el título de Socióloga. Bogotá, Colombia: Universidad Santo Tomás.

Negrete, R. (2013). Derechos, minería y conflictos. Aspectos normativos. In L. Garay, M. Cebrera, J. Espitia, J. Fierro, R. Negrete, & L. Pardo (Eds.), *Minería en Colombia. Derechos, políticas públicas y gobernanza* (pp. 23–57). Bogotá, Colombia.: Contraloría General de la República de Colombia.

Ornelas, R. (2017). Trayectoria y competencia en el mercado mundial petrolero. In R. [Coords. . Ceceña AE y Ornelas (Ed.), *Chevron: paradigma de la catástrofe civilizatoria*. Ciudad de México: Siglo XXI Editores.

Oseguera, M. (2017). A la sombra de sidney tarrow. Conceptos básicos para el estudio de los movimientos de protesta. *Política Y Gobierno*, *24*(1), 189–212.

Pérez-Rincón, M. A. (2014). Conflictos ambientales en Colombia: actores generadores y mecanismos de resistencia comunitaria. *Ecología Política*, (48), 76–82.

Prieto, A. (2017). *Conflictos sociambientales en los páramos de la sabana de Bogotá*. Bogotá, Colombia. Retrieved from https://www.ambienteysociedad.org.co/wp-content/uploads/2017/07/Publicacion_conflictos_socioambientales_paramos_Sabana_Bogota_Julio_2017.pdf

Ramírez, G., & Padrón, F. (2016). La consulta popular frente a proyectos de exploración y explotación minera. In *Mineria y Desarrollo, 4.* Bogotá, Colombia.: Universidad Externado de Colombia.

Registraduría (2018), Comunicado de Prensa No.0167 de octubre de 201. Recuperado de. https://www.registraduria.gov.co/39-499-colombianos-acudieron-a-las.html

Roa García, M., Roa Avendaño, T., y Acosta, A. (2017). La democratización

ambiental, pieza clave en el post-conflicto colombiano. En Alimonda, H., Toro, C., y Martín, F. (Eds.) Ecología Política Latinoamericana Pensamiento crítico, diferencia latinoamericana y rearticulación epistémica, Vol. 1. Primera edición, (pp. 319-349). Buenos Aires: CLACSO

Roa, T. (2014). Petróleo. El nuevo mapa de los conflictos. En T. Roa, y M. Navas, (Coord.), Extractivismo, conflictos y resistencias,(199-238). Bogotá, Colombia: Censat Agua Vida Amigos de la tierra Colombia.

Rodríguez, C. (2010). De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término. *Folios, Revista de La Facultad de Comunicaciones*, (21).

Semana sostenible (2017). El peligro de querer extraer petróleo en el Sumapaz. Recuperado de: https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/sumapaz-y-las-peligrosas-intenciones-de-sacar-petroleo-en-este-paramo/38176

Svampa, M. (2009). Protesta, movimientos sociales y dimensiones de la acción colectiva en América Latina. In *conferencia para las Jornadas de Homenaje a C. Tilly, celebradas en Madrid (Universidad Complutense de Madrid-Fundación Carolina, 7-9 de mayo de 2009)*.

Svampa, M., & Slipak, A. M. (2015). China en América Latina: Del consenso de los commodities al consenso de Beijing. *Revista Ensambles*, (3).

Tarrow, S. (1997). El poder el movimiento. Los movimientos sociales la acción colectiva y la política. Madrid, España: Alianza Editorial.

Tilly, C. (2010). Ampliar el "repertorio de acciones". Una entrevista con Charles Tilly (Vacarme, 1/5/2005). Retrieved May 6, 2019, from https://vientosur.info/spip.php?article4879

Urkidi, L. (2011). The defence of community in the anti-mining movement of Guatemala. *Journal of Agrarian Change*, *11*(4), 556–580.

Urkidi, L., & Walter, M. (2011). Dimensions of environmental justice in anti-gold mining movements in Latin America. *Geoforum*, *42*(6), 683–695.

Urkidi, L., & Walter, M. (2017). Community mining consultations in Latin America (2002–2012): The contested emergence of a hybrid institution for participation. *Geoforum*, *84*, 265–279.

Walter, M. (2009). Conflictos ambientales, socioambientales, ecológico distributivos, de

contenido ambiental... Reflexionando sobre enfoques y definiciones. *Boletin Ecos*, (6), 2–9.

Zibechi, R. (2007). Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación. *América Latina En Movimiento*, (426), 16–23.

A cidadania das pessoas com síndrome de down em relação ao consumo de conteúdos midiáticos jornalísticos

Citizenship of people with down syndrome in relation to the consumption of journalistic media content

Juliana Tamaki [143]

Marco Bonito [144]

Resumen: O presente trabalho visa apresentar uma pesquisa sobre pessoas com síndrome de down e sua relação com o jornalismo. Consiste em uma pesquisa empírica com quatro personagens deste grupo focal. Com eles, foram feitas entrevistas presenciais, onde analisou-se suas ações perante produtos jornalísticos. Todos os personagens possuem síndrome de down, porém, são variados em relação à idade sexo, atividade profissional, dentre outras características. Assim, pôde-se analisar diferentes comportamentos deste grupo em relação a um tema específico, no caso, o consumo jornalístico. Houve semelhanças quanto a alguns resultados, o que permitiu analisar pontos em que a linguagem jornalística acerta e/ou falha ao abordar alguns temas. Além disso, também observou-se variações de comportamento entre os convidados, o que caracteriza uma influência de vivência e ambiente sobre o consumo de informações. As pessoas com deficiência são uma parcela significativa da população e este trabalho visa chamar atenção para a produção jornalística e como ela está sendo realizada na perspectiva destas pessoas.

Palabras Clave: Acessibilidade Comunicativa, Síndrome de Down, Jornalismo.

[143] Juliana Tamaki, mestranda em Comunicação e Indústria Criativa na Universidade Federal do Pampa - Unipampa, bacharela em Jornalismo, Brasil, julianatamaki21@gmail.com

[144] Prof. Dr. Marco Bonito, Universidade Federal do Pampa - Unipampa, Doutorado, Brasil, marcobonito@gmail.com e redes sociais: @marcobonito.

Abstract: The present work aims to present a research about people with down syndrome and its relationship with journalism. It consists of an empirical research with four characters from this focus group. Face-to-face interviews were conducted with them, where their actions were analyzed in relation to journalistic products. All characters have down syndrome, however, they are varied in relation to age, sex, professional activity, among other characteristics. Thus, it was possible to analyze different behaviors of this group in relation to a specific theme, in this case, journalistic consumption. There were similarities in some results, which allowed to analyze points in which the journalistic language gets it right and / or fails to approach some topics. In addition, there were also variations in behavior among the guests, which characterizes an influence of experience and environment on the consumption of information. People with disabilities are a significant portion of the population and this work aims to draw attention to journalistic production and how it is being carried out from the perspective of these people.

Key words: Communicative Accessibility, Down Syndrome, Journalism.

Introdução

Este artigo busca desenvolver questões pertinentes sobre o consumo jornalístico de pessoas com Síndrome de Down. A pesquisa apresentada neste artigo é fruto de uma pesquisa que tinha o intuito de investigar como se configura o consumo de conteúdo jornalístico pelas pessoas com Síndrome de Down no município de São Borja/RS (Brasil).

A coleta de dados em órgãos como o IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística se torna ainda mais complexa devido ao fato da instituição não quantificar especificamente essas pessoas em seus levantamentos. Por esse motivo, as estimativas utilizadas neste recorte são advindas de institutos como: Movimento Down,[145] Fundação Down[146] ou a Federação Brasileira das Associações de Síndrome de Down (FBASD)[147]. Ainda não há uma estatística precisa sobre a quantidade de Pessoas com Síndrome de Down no Brasil. Porém, estima-se que existam cerca de 300 mil pessoas com essa síndrome. As pesquisas sobre a SD no Brasil são geralmente voltadas às áreas da saúde, bem-

[145] Disponível em: http://www.movimentodown.org.br/ Acesso em: 10 set 2020.
[146] Disponível em: http://www.fsdown.org.br/ Acesso em: 10 set 2020.
[147] Disponível em: http://federacaodown.org.br/ Acesso em: 10 set 2020.

estar e educação. Faz-se necessário ressaltar que há severa escassez de trabalhos relacionados ao consumo de informações das PSD no âmbito da Comunicação Social, em pesquisa exploratória realizada previamente e publicada nos anais do Congresso Intercom Sul (Tamaki & Bonito, 2019) não foram encontrados trabalhos acadêmicos nos principais repositórios científicos brasileiros a respeito desse tema, usando-se as palavras chave: "comunicação"; "jornalismo"; "consumo"; "recepção" e "síndrome de down". Esta característica dificultou o processo e o entendimento inicial sobre o objeto, embora existam muitas pesquisas no âmbito da educação que dão suporte sob um ponto de vista educativo, mas que não servem como referência à especificidade dos processos comunicacionais e suas linguagens.

Pensamos que esta pesquisa é importante para o campo científico, pois o tema é pouco abordado na área da comunicação. Deste modo, é de suma importância que a investigação esteja comprometida "com a realidade em que estamos inseridos (cujas dimensões incluem a política e a ética, entre outras) implica estar atento aos problemas relevantes colocados e suscitados nessa realidade" (Bonin, 2009, p. 23).

Segundo Sodré (2009), as mídias são produtoras de realidades diversas, principalmente advindas da potencialidade da linguagem dentro desses meios. Para o autor, a tecnologia pode reconfigurar a vida social, costumes, atitudes e até crenças religiosas. Neste sentido, é importante a compreensão sobre a ecologia midiática[148] dos sujeito dessa pesquisa. O objetivo desta investigação é compreender sobre o consumo jornalístico das Pessoas com Síndrome de Down (PSD) e como isso reflete na construção de sua cidadania. Deste modo a questão norteadora é: Como é o consumo jornalístico de Pessoas com Síndrome de Down no município de São Borja e como esse consumo reflete em sua cidadania comunicativa?

Reflexão teórica

Partimos de um recorte do referencial teórico que nos dá sustentação ao trabalho, ele é composto por temas conceituais que

[148] A investigação de ecologia da mídia usa como premissa que o meio é o ambiente, estudando sua estrutura, conteúdo e impacto nas pessoas (CANAVILHAS, 2010). Para bem entender o ecossistema da mídia, é preciso compreender o que é cultura midiática, ou seja, o que é costumeiro daquele grupo de pessoas, neste caso, de pessoas com Síndrome de Down.

têm relação com o objeto de estudo como por exemplo: as Mediações (Barbero, 1997), Sujeitos Comunicantes (Bonin & Saggin, 2017), Jornalismo e Cidadania Comunicativa (Mata, 2006), Acessibilidade Comunicativa (Bonito, 2015) e Tecnologias Assistivas (Bersch, 2009). A caracterização dessa pesquisa perpassa por uma pesquisa de recepção sob observação participante, porém, seu foco principal está centrado no desenvolvimento social da PSD, através do jornalismo, em função da construção da sua cidadania.

É importante considerar as Mediações (Barbero, 1997) como lógicas que orbitam a comunicação e que contribuem diretamente na composição do corrente fluxo de mensagens aos quais os Sujeitos Comunicantes (Bonin & Saggin, 2017) estão dispostos a participar, conforme suas características individuais. Nesse sentido, quando se tratam de pessoas com deficiência sensorial ou cognitiva, o processo comunicacional entra em crise e desvela a necessidade de considerações extraordinárias para que a comunicação seja ampla e sem barreiras informacionais. Não encontramos estudos de recepção sobre PSD e o consumo jornalístico no Brasil, ainda se trata de uma "caixa preta" com informações escondidas, porém, esta foi justamente a motivação desta investigação. Aqui, também se entende o jornalismo como uma conexão razoável para a construção da cidadania e da autonomia, por isso, a aproximação teórica para com a cidadania comunicativa é importante no que se refere à relação do indivíduo com as informações cotidianas e como estas constituem sua identidade, sua cidadania e relação com a sociedade. Assim, na perspectiva da Acessibilidade Comunicativa (Bonito, 2015) desejou-se entender se as barreiras informacionais prejudicavam a compreensão das mensagens e de que modo a linguagem jornalística causa efeitos e sentidos para as PSD. Para isso, foram consideradas as possibilidades das Tecnologias Assistivas (Bersch, 2009) disponíveis com o intuito de oferecer as melhores condições para o consumo de conteúdos midiáticos jornalísticos.

A Pesquisa de Recepção (Immacolata, 1993), teve como foco a compreensão do consumo de produtos jornalísticos pelas pessoas com Síndrome de Down. Para que pudéssemos entender como é o dia a dia de seu consumo jornalístico desses cidadãos, foi preciso propor que o participante consumisse algum produto de sua

preferência, em sua residência, sob observação participante.. Deste modo, a Observação Participante (Marconi; Lakatos, 2003) também foi uma metodologia importante para anotar os gestos, sinais e até mesmo questionar os participantes sobre o consumo dos produtos consumidos.

Metodologia

Para dar conta de responder ao problema identificado, primeiro fora realizada uma pesquisa de contextualização que serviu para identificar aspectos culturais, sociais e médicos relativos às PSD e culminou numa Pesquisa de Recepção (Immacolata, 1993) com Observação Participante (Marconi & Lakatos, 2003), desenvolvida na cidade de São Borja/RS (Brasil).

As estratégias metodológicas utilizadas nesta investigação perpassaram pela pesquisa exploratória, bibliográfica e teórica, para nos dar suporte essencial sobre o objeto e culminaram numa observação participante cujo foco era a realização de uma pesquisa de recepção que desvendasse o consumo jornalístico das pessoas com síndrome de down. Sendo assim, foi necessária, após a definição das caraterísticas individuais segundo o recorte do universo pesquisável possível, fazer encontros semanais com as pessoas e propor o consumo midiático com características jornalísticas, de acordo com a preferência de cada uma das pessoas que se dispuseram a participar. Sendo assim, foram realizados de 3 encontros com cada uma das 4 pessoas, com suportes midiáticos restritos aos produtos radiofônicos e televisivos.

Descrição do campo empírico

Para realização da pesquisa de recepção, traçamos um perfil de cinco voluntários. De acordo com os dados do IBGE (último Censo de 2010) sobre Pessoas com Deficiência no Rio Grande do Sul, observamos que onde se concentra o maior número de pessoas com deficiência intelectual são: mulheres (51,1%) e homens (48,9%), com idades entre 20 a 64 anos. Além disso, a faixa salarial familiar deveria estar entre pois é onde se um a cinco salários mínimos (determinado no fim de 2019 como R$550, portanto, de zero a R$2.750). Portanto, nossos entrevistados inicialmente, seriam três mulheres e dois homens. Mais ao fim das entrevistas, por conta de logística, tempo e principalmente dificuldade em encontrar mais uma entrevistada com os parâmetros estabelecidos, optamos por permanecer apenas com quatro participantes (dois de cada sexo).

Para localizar os entrevistados contamos com o apoio da Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (Apae[149]). A partir das indicações dadas pela instituição pudemos entrar em contato com três dos nossos entrevistados. Os encontros foram marcados por telefone (ligações e/ou *whatsapp*) onde explicamos os objetivos e como faríamos a pesquisa com cada candidato. Para cada um dos entrevistados, foram feitos três encontros, onde o primeiro foi o momento de conhecer o participante, perguntar sobre sua rotina de consumo midiático, conversas com seus responsáveis e familiares. Neste primeiro encontro, também pedimos a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE[150]), também não será revelado o nome dos participantes para preservar suas identidades e de seus familiares, como pede o Comitê de Ética brasileiro.

Cada uma das visitas, contamos com o apoio de um roteiro semi-estruturado, onde pudemos consultar os tópicos de questões importantes para serem respondidas ao longo do processo de observação participante. Após cada encontro, produzimos um diário de campo com os registros individuais sobre cada intervenção, seus detalhes técnicos e interações sociais, bem como uma descrição detalhada das percepções e produções de sentido sobre o produto jornalístico consumido.

Entrevistada 1: Mulher, 37 anos. Possui apego à esportes e dança. O produto jornalístico que já consumia era o Jornal Nacional[151]. Reside com os pais e a irmã de criação, não terminou o ensino regular, porém sabe ler, escrever e efetuar cálculos matemáticos básicos. Durante os encontros demonstrou maior interesse nos conteúdos relacionados a música, esporte e previsão do tempo. Identificamos que essas editorias refletiam em seu modo de exercer cidadania. Com a música, se sentia pertencente ao meio, pois participa de um grupo local. Com o esporte, se demonstra atenta aos jogos do time em que torce para que possa assistir e comentar com os familiares. Já com a previsão do tempo, associa ao fato do seu planejamento diário (em dias ensolarados ela

[149] No Brasil a Apae atende indivíduos com diversos tipos de deficiência. oferecendo atendimento especializado em vários âmbitos. Segundo a instituição, atualmente existem 2.201 Apaes e entidades filiadas, coordenadas por 24 Federações Estaduais, abrangendo todos os estados brasileiros para atender cerca de 250.000 pessoas com deficiência intelectual e múltipla diariamente.

[150] O TCLE esclarece os objetivos, como será aplicado e quais os riscos (neste caso, não há) ao participante da pesquisa. O documento, ficará sob posse da responsável pela pesquisa pelo período de cinco anos.

[151] Telejornal brasileiro de maior expressão. Exibido de segunda à sábado no período noturno.

poderá sair, em dias chuvosos ela ficará em casa).

Entrevistada 2: Mulher, 34 anos. Mora com os pais. Não consumia produtos jornalísticos, de acordo com a indicação da mãe, às vezes consumiam o jornal radiofônico local, deste modo, optamos por indicar o consumo deste produto. Durante os encontros, não demonstrou interesse nos conteúdos tratados nos programas locais, exceto quando mencionado o bairro em que vive com os familiares e sobre futebol. Quando questionada sobre o que gosta, identificamos que a entrevistada tem um laço afetivo muito forte com o time que torce e que guarda objetos relacionados a lembranças de jogos em que foi com o pai.

Entrevistado 3: Homem, 54 anos. Mora com o irmão e a cunhada. Consumia como prioridade, apenas conteúdos jornalísticos que versava sobre futebol. Consumimos então, o programa Globo esporte[152] e Jornal do Almoço[153]. O irmão é uma Pessoas com Deficiência Física, e deste modo observamos que preserva a autonomia (sai de casa sozinho) deste personagem. Importante ressaltar que esse personagem, também participa esporadicamente de programas locais de rádio. É um personagem muito conhecido na cidade por sua paixão pelo futebol e cultura gaúcha. Demonstra maior interesse em reportagens que tratam sobre seu time ou do maior rival estadual.

Entrevistado 4: Homem, 41 anos. Mora apenas com a mãe. Trabalha meio período há mais de 15 anos de empacotador em uma rede de supermercado local. Não sabe ler ou escrever, porém conhece sabe usar o *WhatsApp* e *YouTube* através dos ícones. Disse consumir o Jornal Nacional todos os dias com a mãe, deste modo propusemos esse conteúdo. Também tem maior interesse em futebol e previsão do tempo. No futebol, fica atento às reportagens, até mesmo as que não são do seu time. Já na previsão do tempo, se situa através dos ícones em tela e ao mapa. Sabe exatamente onde fica sua cidade no mapa e consegue identificar a previsão do dia seguinte. Outro ponto relevante é que relaciona imagens com sua memória afetiva e situações que já viveu. Em suas falas, os acontecimentos das reportagens se confundem com os que o personagem já viveu em algum momento.

Em ambos os entrevistados, possuem características marcantes e em certos

[152] É um telejornal esportivo regional apresentado pela Rede Globo.
[153] Telejornal regional da Rede Globo, exibido entre às 11h - 13h.

pontos parecidos; 1) a criação, tornou ambos dependentes dos pais ou dos responsáveis para exercer atividades básicas como cozinhar. O único que possui liberdade de andar sozinho pela cidade é o terceiro entrevistado. 2) Pouco se aprofunda nos temas das conversas, em sua maioria por não saber responder certos pontos mais específicos. Já como coincidências, destacamos o gosto pelo esporte (futebol) e artes (dança e músicas). Todos os personagens participantes desta pesquisa em diversos momentos apontam gostar de futebol, principalmente quando está ligado ao time em que torce. Aqui destaco que, alguns até sabem falar aprofundadamente sobre questões técnicas do esporte, outros não se aprofundam tanto, porém destacam sua paixão por alguns momentos e recordações.

Resultados e reflexões

Por fim, as considerações realizadas, a partir das reflexões críticas, em função do embate do objeto pesquisado com a realidade objetiva apresentada, deram conta de compreender, ainda que de maneira inicial e sob a análise de um universo pesquisável possível e muito restrito, que a relação das pessoas com síndrome de down com o jornalismo é de estranhamentos constantes e que, à priori, isso tem razões fundadas na linguagem que se torna inacessível a este grupo de pessoas, ora por ser muito complexa, ora por ser muito rápida ou simplesmente por ser bastante desinteressante a um grupo social que tem dificuldades de compreensão. No entanto, é possível observar que as informações esportivas geram e despertam interesse sobressalente e que as mensagens jornalísticas são bem compreendidas e produzem efeitos e sentidos que interferem no cotidiano das PSD.

Com tudo o que já foi dito e com o intuito de responder a pergunta problema levantada no início deste artigo, consideramos que pessoas com Síndrome de Down pouco consomem conteúdos midiáticos jornalísticos. Através da observação participante, ficou perceptível, que a parte imagética da mídia jornalística possui maior efeito comunicativo entre as PSD. Isto porque a imagem dá maior suporte ao que é oral dentro das reportagens. Assim, pode-se concluir que o processo comunicacional proposto pelo jornalismo tradicional, através de suas linguagens e técnicas narrativas, dificultam o acesso e causam desinteresse às PSD pesquisadas, prejudicando a

construção de conexões entre o conteúdo e o indivíduo em relação à sua cidadania. Também fica evidente que uma linguagem menos rebuscada e que se aproxime mais do entretenimento gera mais interesse e produz efeitos significativos na audiência deste grupo social, bem como, dessa forma, podem contribuir com o desenvolvimento da cidadania desses indivíduo e sua relação social coletiva.

O descaso dos veículos de comunicação jornalísticos para com PSD é perceptível. Pode-se ressaltar que essa desconsideração na produção de conteúdo acessível é parte de um reflexo de uma sociedade pouco inclusiva como apontamos nas pesquisas iniciais. Os profissionais da área do Jornalismo, acaba por não pensar em como produzir conteúdo acessível para pessoas com deficiência visual, assim como não se pensa em como pessoas com deficiência cognitiva vão consumir produtos jornalísticos. Percebemos esse movimento, em parte, como despreparo acadêmico e parte por falta do exercício empático da sociedade em que estamos inseridos.

O Jornalismo, como em sua essência, deve informar a todos os cidadãos de forma a preservar a isonomia dos cidadãos. Dessa forma, também é dever do profissional do Jornalismo encarar a missão de informar (pessoas com SD) como um meio de exercício de auxiliar a cidadania de modo acessível. Ainda é importante lembrar que existem leis que deveriam amparar PcDs. Deste modo, precisamos pensar nesses sujeitos como comunicantes. Para além de receptores passivos, são participantes da sociedade e sujeitos que em dado momento também podem exercer o papel de emissores de informações.

A produção deste trabalho, contribui no conhecimento sobre o consumo de mídia de uma minoria (Pessoas com Síndrome de Down), porém acreditamos que esse público não deve deixar de ser assistido em qualquer que seja o âmbito. Deste modo, esperamos que essas primeiras perspectivas acerca deste assunto possam contribuir para os profissionais da área da comunicação, especificamente os que empenham seu papel no Jornalismo. Além disso, consideramos que essa pesquisa, de caráter reflexivo, contribui para a formação de cidadãos críticos e empáticos para com as pessoas com deficiência, principalmente para as pessoas com Síndrome de Down.

Referências

Barbero J.M. (1997). *Dos meios às mediações: comunicação cultura e hegemonia.* Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.

Bersch, R. (2009). *Design de um serviço de Tecnologia assistiva em escolas Públicas*. Tese (doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de pós-graduação em design, Porto Alegre, RS.

Bonito, M. (2015). *Processos da comunicação digital deficiente e invisível: Mediações, usos e apropriações dos conteúdos digitais pelas pessoas com deficiência visual no Brasil*. Tese (doutorado) - Universidade do Vale dos Sinos, Programa de pós-graduação em Ciências da comunicação, São Leopoldo, RS.

Bonin, J. A. & Saggin, L. (2017) *Perspectivas para pensar as inter-relações entre sujeitos comunicantes e mídias digitais na constituição de cidadania comunicativa.* Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul – v. 16, n. 32, jul./dez, p. 97-11.

Immacolata, M.V.L. (1993). *Estratégias metodológicas da pesquisa de recepção.* INTERCOM - Rev. Bras. de Com., São Paulo, Vol. XVI, nº 2, pág. 78-86, jul/dez.

Mata, Maria. C. (2006). *Comunicación y ciudadanía. problemas teórico-políticos de su articulación.* Revista Fronteiras – estudos midiáticos. v. 8, n. 1. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6113>. Acesso em: 08 dez. 2019.

Marconi, M. de A & Lakato, E. M. (2003). *Fundamentos de Metodologia científica*. 5. ed. - São Paulo : Atlas.

Sodré, Muniz. *Ciência e método em comunicação.* In: Vassalo, M. I (Org.) Epistemologia da Comunicação. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

Tamaki, J. & Bonito, M. (2019) *Pesquisas exploratória e de contextualização sobre o consumo jornalístico das pessoas com síndrome de down.* Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sul2019/resumos/R65-0005-1.pdf>. Acesso em: 09 dez. 2019.

Tamaki, J. (2019) *O consumo de Jornalismo pelas pessoas com Síndrome de*

Down. Monografia (TCC) UNIPAMPA, Bacharelado em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo, São Borja, RS.

Lucha campesina y construcción de paz en Colombia, un aporte desde la memoria

Luta camponesa e construção da paz na Colômbia, uma contribuição da memória

Campesino struggles and peacebuilding. A historical memory approach

Martha Cé Romero-Moreno[154]

Resumen: Investigaciones rigurosas de académicos y de organismos institucionales indican que una de las principales causas de la larga duración del conflicto armado en Colombia es la lucha territorial. Uno de los lugares que ha sufrido ese conflicto por la tierra es la región Caribe, en especial los Montes de María. Esta propuesta cuenta cómo algunos líderes y lideresas de la lucha campesina de esa región del país, con conciencia de futuro y gran valor, lograron desarrollar estrategias de salvaguarda de documentos que evidencian la violencia, sus luchas y los problemas de la tierra en Colombia durante más de 40 años. Gracias a procesos metodológicos de memoria histórica, esos documentos emergen del pasado para aportar a la construcción de paz.

Palabras Clave: memoria histórica, lucha campesina, construcción de paz.

Abstract: Research by academics and institutional organizations indicates that one of the main causes of the long duration of the armed conflict in Colombia is territorial struggle. One of the places that has suffered this conflict is the Caribbean region, especially the Montes de María. This proposal tells how some leaders of the peasant struggle in that region of the country, with a vision of the future and great courage, developed strategies to safeguard documents that evidence violence, their struggles and land problems in Colombia for more than 40 years. Now, thanks to

[154]Martha Cé Romero-Moreno: Universidad Autónoma del Caribe, Colombia, martha.romero17@uac.edu.co

methodological processes of historical memory, these documents emerge from the past to contribute to the construction of peace.

Key words: historical memory, campesino struggles, peacebuilding.

Colombia es un país de contrastes tanto en lo geográfico como en lo cultural, lo que ha hecho que en más de medio siglo de conflicto armado interno, cada región del territorio colombiano haya vivido la violencia de maneras distintas, con afectaciones diferentes y actores diversos. En lo que sí hay un elemento común es en que las causas y la permanencia del conflicto armado en Colombia tienen como factores desencadenantes el control territorial y a partir de allí se desprenden otras hipótesis que relacionan factores políticos, sociales, culturales, criminales, etc (CNMH, 2013).

Investigaciones rigurosas de académicos y de organismos institucionales indican que una de las principales causas de la larga duración del conflicto armado en Colombia es la lucha territorial (CNMH, 2013), no obstante, de situación no sólo ha quedado muerte y destrucción, sino que también ha llevado a la gente que vive de la tierra a defender sus derechos y a buscar estrategias para sobrevivir y superar las adversidades.

La apropiación y expropiación de tierras en Colombia viene desde la época de la colonia cuando se desplazó a los nativos que sobrevivieron la conquista y los encomenderos (Pérez J, 2010), situación que empezó a abrir grandes brechas sociales hasta que en los años 20 del silgo XX, se inició el auge de organizaciones que se reivindicaban el derecho a la tierra en varias zonas del país. Estos movimientos fueron los precursores de las Ligas Campesinas, que posteriormente se formalizarían entre 1930 y 1940 por el apoyo de la Confederación de Trabajadores de Colombia CTC (sindicato de tendencia liberal) y en su dinámica de cooperativismo y luchas agrarias se extendieron a municipios como El Carmen de Bolívar (Bolívar) y Los Palmitos (Sucre) (Borda, 2002). Este movimiento de campesinos y campesinas férreos y decididos terminaría conformando una de las

organizaciones sociales más fuertes que ha tenido el país: la Asociación Nacional de Usuarios Campesinos ANUC-Línea Sincelejo, la cual consiguió titulación de tierras, créditos, capacitación técnica y educación para los campesinos y logró que bajo el lema "la tierra pa'l que la trabaja" se empezara a hablar de reforma agraria en Colombia.

Algunos líderes y lideresas de la región de Montes de María (Caribe de Colombia), con conciencia de futuro y gran valor, lograron desarrollar estrategias de salvaguarda de documentos que evidencian la violencia, sus luchas y los problemas de la tierra en el país durante más de 40 años, historias que emergen una y otra vez sin que se llegue aún a una solución y reaparecen como un *deja vú* cada vez que miran los problemas del campo, como sucede cuando se lee el punto No. 1 "Hacia un nuevo campo colombiano: reforma rural integral" del Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera (2016), texto del acuerdo firmado entre el gobierno nacional y las FARC-EP en 2016.

Uno de esos guardianes de la memoria de la lucha campesina fue Jesús María Pérez Ortega, más conocido como "Chucho Pérez" quien resguardó varias cajas con cientos de documentos, que poco a poco fueron conociendo sus amigos, copartidarios y compañeros de lucha hasta llamar la atención de académicos e investigadores que empezaron a consultarlo para estudiar el fenómeno de la violencia, la lucha campesina y los problemas de la tierra. Los investigadores quedaban sorprendidos por el conocimiento detallado que este campesino tenía de la historia del país y la biblioteca personal que había armado en su casa.

Los documentos salvados del tiempo se recuperaron a partir de etnografía crítica y metodologías para narrar la memoria y hoy gran parte de ellos hacen parte del Archivo de Derechos Humanos del Centro Nacional de Memoria Histórica (CNMH,2018), el cual fue entregado a la Jurisdicción Especial para la Paz -JEP- componente creado por el Acuerdo de Paz para administrar justicia transicional y conocer de los delitos cometidos en el marco del conflicto armado.

Con estas aproximaciones desde la memoria histórica a la lucha campesina, ya sea una fotografía, una carta o un discurso, todo se constituye en dispositivos que desatan el recuerdo y las vivencias

compartidas por la población. Se vuelven fuente de información sobre hechos, momentos y situaciones de la vida comunitaria y dan aportes para la identificación de pruebas cuando se trata de la violación de los derechos humanos y el derecho internacional, pues contienen datos que permiten la reconstrucción de hechos, incluso, se pueden convertir en soporte de los procesos sociales y de la exigibilidad de derechos y de la memoria social o colectiva de un grupo o comunidad (CNMH, 2015), en este caso, el campesinado.

Territorio y conflicto, el contexto donde emergió el cultivador de archivos

La región Caribe está ubicada al norte de Colombia y la conforman siete departamentos en la parte continental (Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena y Sucre), y uno insular (San Andrés, Providencia y Santa Catalina), que representan el 11,6% del territorio nacional. La costa caribe, como se le llama generalmente, es una región principalmente de tierras planas y bajas, con altitudes inferiores a los 130 metros sobre el nivel del mar, enmarcada por las estribaciones de las tres cordilleras en Córdoba, Bolívar y Cesar, así como por las serranías de San Jerónimo y San Jacinto que conforman los Montes de María, sub-región compartida por los departamentos de Bolívar y Sucre.

La subregión de Montes de María[155] tienen una extensión de 6.466 km2 y en 2005 (DANE) tenía una población de 438.119 personas, pero informes de competitividad de la zona indican que para el 2011 ya contaba con 601,892 personas (Corporación PBA, 2014), de las cuales el 5,16% es población indígena, el 28,96% afrodescendiente, el restante 65,88% es campesina. La zona vivió, desde los años 70 y aumentada entre 1980 a 2005, la movilización masiva del campo a las zonas urbanas como consecuencia de la presión de actores con intereses particulares ejecutada mediante la acción de grupos armados.

Respecto al desarrollo económico, tanto Bolívar como Sucre, los dos departamentos en los que se encuentra la subregión de Montes de

[155] La Subregión de Montes de María comprende 15 municipios: Ovejas, Chalán, Colosó, Los Palmitos, Morroa, San Onofre, Tolú Viejo y San Antonio de Palmito, en el departamento de Sucre; y El Carmen, María La Baja, San Juan Nepomuceno, San Jacinto, Córdoba, Zambrano y El Guamo, en el departamento de Bolívar. Para el Censo del 2005 tenían una población de 438.119 personas.

María, han presentado históricamente índices de desarrollo humano inferiores al promedio nacional llegando registrar un 59,7% de la población con necesidades básicas insatisfechas, especialmente en Sucre donde la situación es más precaria (PNUD, 2010). En la última década esta región ha mantenido una población en condición de pobreza cercana al 37%; registra índices de analfabetismo del 22,8%; tiene baja cobertura de salud; desnutrición infantil y solamente el 12,8% de las viviendas cuenta con los servicios básicos de agua, energía y alcantarillado (Corporación PBA, 2014). No obstante, sus fértiles tierras albergan gran riqueza para el agro, la ganadería, la flora y fauna silvestre y es además un corredor hacia el mar caribe y centros urbanos como Sincelejo, Cartagena, Montería y Barranquilla.

El conflicto

Paradójicamente, es precisamente el renglón económico el que relaciona la región de los Montes de María con el conflicto. Desde el siglo XIX esta región de tradición básicamente campesina ya era considerada como despensa agrícola por la abundancia de productos y terrenos para su producción, pero la riqueza estaba en manos de un reducido número de familias que poseían enormes extensiones de tierra, disfrutaban los beneficios de la integración al estado central y se beneficiaban de los mercados nacionales e internacionales (Rodríguez, 2008), lo que convirtió a la mayoría de los campesinos de la región en jornaleros de los terratenientes.

La apropiación y expropiación de tierras en Colombia viene desde la época de la colonia cuando se desplazó a los nativos que sobrevivieron la conquista y los encomenderos (Pérez J, M 2010), situación que empezó a abrir grandes brechas sociales en la región, dando inicio en los años 20 al auge de organizaciones que se reivindicaban el derecho a la tierra en varias zonas del país. Estos movimientos fueron los precursores de las Ligas Campesinas, que posteriormente se formalizarían entre 1930 y 1940 por el apoyo de la Confederación de Trabajadores de Colombia CTC (sindicato de tendencia liberal) y en su dinámica de cooperativismo y luchas agrarias se extendieron a municipios como El Carmen de Bolívar (Bolívar) y Los Palmitos (Sucre) (Borda, 2002). Este movimiento de campesinos y campesinas férreos y decididos terminaría conformando una de las organizaciones sociales más fuertes que ha tenido el país: la Asociación

Nacional de Usuarios Campesinos ANUC-Línea Sincelejo, la cual consiguió titulación de tierras, créditos, capacitación técnica y educación para los campesinos y logró que bajo el lema "la tierra pa'l que la trabaja" se empezara a hablar de reforma agraria en Colombia.

Con la ANUC parecía que los tiempos cambiaban y que los campesinos por fin serían reivindicados en su labor de evitar la concentración de la tierra por el apoyo del gobierno de la época bajo la presidencia de Carlos Lleras, pero las molestias de los grandes terratenientes no se hicieron esperar. Con el interés especial de evitar la toma de tierras y de recuperar las que les habían sido compradas por el gobierno través del Instituto Colombiano de Reforma Agraria INCORA, a partir de los años 80 empezaron a surgir en la región grupos armados que no pertenecían a la policía ni al ejército, pero que ejercían justicia por su propia mano o por orden de otros. Hasta 1994 estos grupos causaron la muerte de más de una docena de líderes sociales, maestros sindicalizados y políticos cívicos, en especial de partidos alternativos como la Unión Patriótica (De los Rios, 2012). Por ello, varios investigadores y autores han reseñado la vinculación de los terratenientes con el principio de lo que más tarde sería el surgimiento del paramilitarismo.

Las desigualdades relacionadas especialmente con la tierra conllevaron entonces a una agudización del conflicto en la región Montemariana desde finales de la década de los noventa hasta el año 2005, inicialmente con la presencia de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia FARC y en menor medida por las acciones de otros grupos guerrilleros como la Corriente de Renovación Socialista CRS, El Partido Revolucionario de los Trabajadores PRT y el Ejército de Liberación Nacional ELN; todos pretendieron incidir, sin lograrlo, en las crecientes luchas campesinas por el acceso a la tierra. Los guerrilleros decían estar del lado de los campesinos, pero como lo indica Jesús María Pérez (Comunicación personal, Julio 24 de 2017), "en la región nunca se logró ni una hectárea de tierra ganada por estos grupos para los campesinos". No obstante, las cifras de organismos de seguridad indican que aumentaron las acciones delincuenciales relacionadas con la extorsión, el secuestro de ganaderos y comerciantes, así como los retenes ilegales en las carreteras de la zona.

Pero, así como este territorio dio cabida al conflicto, durante los años 90 Los Montes de María también empezó a ser escenario de procesos de dejación de armas y desmovilización de grupos subversivos. En enero de 1991 el PRT firmó el acuerdo de paz en Don Gabriel, municipio de Ovejas; un mes después, como parte del proceso de desmovilización nacional del EPL, un buen número de sus combatientes se concentró en el municipio de Juan José, Córdoba, cerca de Los Montes de María y más adelante, el 9 de abril de 1994, la CRS firmaría su acuerdo de paz en Flor del Monte, Ovejas.

Se destaca de ese momento histórico que los tres grupos subversivos incluyeron en la negociación para su desmovilización la creación por parte del Estado de programas de inversión social para las comunidades que habían sido afectadas por la presencia armada, lo que trajo a la población una esperanza de desarrollo, que poco a poco animó nuevos liderazgos, en especial de mujeres y de jóvenes, así como la consolidación de movimientos cívicos y el fortalecimiento de partidos políticos de izquierda y apoyos a iniciativas de nuevas tendencias liberales con las que llegaron a ocupar varias alcaldías y puestos en los concejos de varios municipios de la región.

En este escenario de paz y de entusiasmo por la política local se presenta la llegada oficial del paramilitarismo a la región, marcada en 1997 luego de una reunión en la finca las Canarias, propiedad del ex gobernador de Sucre Miguel Nule Amín, según atestiguaron varios de sus ex jefes en las audiencias de Justicia y Paz décadas después. Por la acción de estos grupos paramilitares la violencia se incrementó en la subregión de Montes de María y entonces las masacres, asesinatos selectivos, homicidios indiscriminados, desplazamiento forzado y amenazas, eran la constante en el campo y los pueblos de la zona. Entre 1997 y 2003, los paramilitares de la región desplazaron a unas 100.000 personas y murieron al menos 115 en masacres como las de Las Palmas, Bajo Grande, La Sierrita, El Salado, Mampuján, Chengue y Macayepo, según información de organizaciones defensoras de los derechos humanos. Distintos informes de la región dan cuenta de más de 56 masacres entre 1994 y 2006, aunque se tienen datos que la primera de los Montes de María se registró en la Finca El Cielo (Chalán) en 1992 donde asesinaron a 8 personas sin que se sepa aún si fueron

guerrilleros o paramilitares quienes la perpetraron.

Posteriormente, durante el proceso de implementación de las Zonas de Rehabilitación y Consolidación en el año 2002 (las cuales fueron declaradas inexequibles por la Corte Constitucional en el año 2003) y con la aplicación de la Política de Seguridad Democrática de los 8 años de gobierno del presidente Uribe (2002 – 2009), la fuerza pública inició el desarrollo de estrategias de control social amparados por la lucha contra las FARC. Estas acciones se materializaron en confinamiento a comunidades, controles de la movilidad, supervisión en la compra y abastecimiento de alimentos de la población, estigmatización y persecución de dirigentes campesinos y capturas masivas, lo que junto con la conformación de las denominadas "Redes de Informantes" organizadas bajo el servicio de las autoridades militares y de policía, conllevaron a desestabilizar los movimientos sociales e impactaron de forma negativa la participación ciudadana y social en la región. (Centro de Estudios Interculturales, 2013)

En el 2008 el entonces presidente Álvaro Uribe anunció que la región se encontraba en situación de postconflicto. Respaldaba esta afirmación con la desmovilización de los Bloques paramilitares "Héroes de los Montes de María" con sus frentes Canal del Dique, Central Bolívar y Golfo de Morrosquillo que había ocurrido en 2005; el fuerte golpe militar perpetrado por la fuerza pública contra las FARC en el 2007 en el cual muere Martin Caballero - Comandante del Frente 35 y miembro del Bloque Caribe de las FARC; y el incremento exponencial de la presencia de la fuerza pública en los Montes de María. (De los Rios, 2012)

Del 2009 y años siguientes, otras formas de conflicto se han dado en la región donde ahora conviven la política, la ilegalidad, el desdén por lo público y la impunidad por la acción social, lo que incrementa la fragilidad de su población frente a los actores ilegales. Estudios determinan que son cuatro las causas estructurales de la conflictividad que padece actualmente la región y están relacionadas con la tenencia de la tierra (de las 134.000 hectáreas que recuperaron las luchas campesinas el 43% se encuentran hoy en manos de inversionistas de fuera de la región entregadas al monocultivo); el modelo de desarrollo; el conflicto político y de clases;

y la corrupción y el fraude electoral (PNUD 2010).

El visionario de la memoria

Rodeado de la riqueza agrícola de los Montes de María, cobijado por el olor del campo y de la tierra, nació Jesús María Pérez Ortega un 30 de agosto de 1934 en la vereda Palmito del actual municipio de Los Palmitos-Sucre. "Chucho" Pérez, como es más conocido en la región, fue uno de los 4 hijos de Francisco Antonio Pérez y María Luisa Ortega Medina, una pareja de campesinos ejemplo de la tradición por el territorio propio y de la cultura sabanera, herencia que permanece aún en el pequeño caserío casi detenido en el tiempo (como cualquier poblado garciamarquiano) que ya llega a su séptima generación y el mismo lugar donde murió el 23 de octubre de 2018.

Jesús Pérez nunca fue a la escuela y sus primeras letras las aprendió por las enseñanzas que de segunda mano logró de su hermano Adelmo gracias a que un santandereano llamado Emiliano Conde Nariño, seguidor de López Michelsen, que convenció a los vecinos de la zona de darles clases a sus hijos. El elegido para las clases fue su hermano mayor Adelmo, quien tenía el deber de pasar la instrucción a Jesús y a sus dos hermanas, pero Adelmo no pudo continuar con las clases por falta de recursos, lo que, unido a su poca vocación por la enseñanza, terminó dando a Jesús Pérez una alfabetización incipiente y el conocimiento de las operaciones aritméticas básicas. Esta educación inicial la complementaría "Chucho" más adelante con las enseñanzas del joven Francisco Antonio Mendoza Domínguez, sobrino de una vecina de la zona quien abrió por seis meses una escuelita (Pérez JM 2010), y aunque fue lo más cercano que tuvo a la educación formal, estos conocimientos le sirvieron para ser el lector oficial de su padre, quien le encargó la lectura en voz alta del periódico *Jornada,* un medio de expresión de corte gaitanista que existió entre 1944-1957 al que su padre estaba suscrito (aunque era totalmente analfabeta) y gracias a lo cual conoció Jesús desde su adolescencia lo que pasaba en el país político.

Jesús Pérez[156] creía que la inclinación por la búsqueda de la justicia social que lo convirtió en un guardián de la memoria de la lucha campesina en Colombia, tuvo cimientos en lo

[156] Jesús Pérez, comunicación personal, julio 24 de 2017. Palmito, Hatillo.

religioso y en lo político. Lo religioso vino por el lado de su madre, una fervorosa creyente que cada domingo a las 3 de la mañana salía con Jesús, de entonces 6 años desde su hogar en Palmito hasta Corozal para ir a misa a la única parroquia de la zona. El viaje demoraba tres horas y media en burro y recuerda que por la época un sacerdote de apellido Salcedo usaba desde las 4 de la mañana una emisora que había en la iglesia para incitar en los conservadores el odio y exterminio de los liberales porque eran ateos y masónicos. Y él pensaba que si los curas eran los representantes de Dios en la tierra porqué tenían que promover el odio y no el amor y no entendía porqué no hablaban de religión sino de política; y así un tiempo después le dijo a su mamá que no quería ir más a misa. Desde entonces respetó todos los cultos, pero no asistía a la iglesia a esta celebración.

Lo político, le llegó a Jesús Pérez por su padre, quien era partidario y activista del movimiento gaitanista, e incluso llegó a ser capitán del mismo. Era un personaje respetado por toda la familia y sus inclinaciones políticas le trajeron persecuciones por la influencia del emporio de conservadores que era por ese entonces Corozal (Sucre) y sus alrededores, hechos en los que incluso estuvo involucrado su pequeño hijo Jesús que por la época tendría 8 años y ya acompañaba a su padre de día a las labores del campo. Ya en su adolescencia, Jesús Pérez vivió los efectos del 9 de abril de 1948 que trajo para la zona un aumento de los conflictos, agudizamiento del orden público, y estancamiento del desarrollo de los campesinos; estos hechos acrecentaron las reflexiones del joven sobre la necesidad de un cambio de esa situación de zozobra que cubría la zona. Lo único bueno de esa época es que con tanta restricción, la información era censurada y escasa con excepción del periódico *El Espectador* que llegaba cada 8 días y que servía a Jesús para enterarse de fútbol, su pasión juvenil, pero también informaba de política nacional e internacional y gracias a ello fue adquiriendo cultura general (Pérez, JM 2010).

Ya hecho un hombre, inició su camino por la política y participa en la reforma plebiscitaria del 57, luego se vincula con el Movimiento de La Calle, más tarde integraría el Movimiento Revolucionario Liberal MRL y posteriormente se declara contrario a la alternancia de los partidos por lo que se convierte en un abstencionista, hasta su

vinculación con el Movimiento de Usuarios Campesinos[157] de Los Palmitos el 19 de octubre de 1969 (Pérez, 2010). Desde entonces la lucha campesina ha sido el eje de su vida hasta el día de su muerte, por ello, más que un dirigente de la Asociación Nacional de usuarios Campesinos, es un verdadero líder del movimiento campesino en general, pues su lucha es de antes, durante y después de la ANUC.

Sistematizar y registrar para el presente y el futuro

Con la vinculación al movimiento campesino inicia en Jesús Pérez la necesidad de dar cuenta de sus pensamientos por escrito, inicialmente por temor a equivocarse, como lo dice en las palabras que menciona en su discurso cuando es elegido vicepresidente del comité de la asociación campesina en Los Palmitos (Pérez, 2010. P 107). Luego, la estrategia de escribir todo lo que piensa, hace, o dicen en la asociación se convierte en una práctica que se mejora con la formación que recibe en 1969 gracias al recién creado INCORA[158] desde la coordinación de la división de organización campesina del Ministerio de Agricultura y el departamento de desarrollo social, donde conoce a la socióloga antioqueña Edelmira Pérez[159] y al sociólogo Joâo Bosco Pinto, funcionario del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas y Centro Interamericano de Reforma Agraria. Y entonces, el aprendiz se convierte en multiplicador y bajo la filosofía de enseñanza de Paulo Freire[160] que adquiere en la formación de alfabetizadores populares, se alientan aún más sus deseos y acciones en la lucha por los oprimidos.

Año tras año y actividad tras actividad empiezan a aumentar los folios, documentos, fotografías y cuadernos con anotaciones que van desde actas, memorandos, discursos y manifiestos, hasta libretas con interminables detalles de los gastos, los recursos, los

[157] El movimiento campesino inició con la promulgación del decreto No. 755 de mayo de 1967 y culminó oficialmente en julio de 1970 con la creación de la Asociación Nacional de Usuarios Campesinos ANUC, la cual tuvo su época de mayor actividad en los años 70.

[158] El Instituto Colombiano de Reforma Agraria INCORA fue creado en 1961 por la ley 135 que dio inicio a la reforma agraria, y fue complementado por la ley 1 del 26 de enero de 1968 y logró su despegue formal en 196 junto a las actividades de la Asociación Nacional de Usuarios Campesinos en el final del gobierno de Lleras Camargo.

[159] Edelmira Pérez, ahora jubilada del INCORA, luego de acercamientos con Jesús Pérez y el Centro Nacional de Memoria Histórica donó su archivo de fotografías de la ANUC.

[160] La metodología de Paulo Freire, especial para adultos y campesinos en sus inicios. En su “Educación Problematizadora”, el conocimiento se construye mediante la reflexión y el vínculo de las personas con el mundo y por el desarrollo de la conciencia crítica en las personas, lo que apunta hacia la liberación y la independencia.

compromisos y las agendas de los encuentros y los congresos, así como la logística de los interminables viajes recorriendo el país y sembrando por toda Colombia la semilla de la asociación campesina más fuerte que ha visto el país, la ANUC línea Sincelejo.

Esta organización campesina consiguió la adquisición de ochenta y seis mil hectáreas desde enero de 1969 a septiembre de 1988; créditos de cuarenta y tres millones de pesos en 1973 que en 1988 llegaría a ser de casi tres mil millones, lo que permitió que 6.795 familias fueran beneficiadas de las once mil que estaban registradas en la asociación departamental de la ANUC Sucre, además de lograr ampliación de cobertura e infraestructura educativa para los hijos de los campesinos y capacitación técnica para los productores agrarios (Pérez, JM 2010).

Y así como crecía la asociación, también crecían los problemas, las amenazas y los señalamientos de guerrilleros y/o comunistas de los adversarios, pero también de los mismos compañeros por las divisiones internas y la multiplicidad de vertientes de izquierda, maoistas, troskistas, marxista leninistas e independientes que empezaron a gestar rupturas en el movimiento, que se dividiría en ANUC Línea Sincelejo y ANUC Línea Armenia luego del II Congreso Nacional y que se ahondaría con el III Congreso. Los enfrentamientos ideológico y políticos eran grandes, también las propuestas y la necesidad de seguir organizados por lo que las conclusiones a modo de *Manifiestos* fueron valiosas, agresivas y movieron las fibras del país.

Fue en esos momentos agitación política que muchos documentos que empezaron a guardar los líderes se perdieron porque las mujeres y familiares quemaban y botaban aquello que los pudiera comprometer, para que en las requisas no encontraran evidencia de la adhesión a los movimientos campesinos o porque no veían en ellos valor. Otras personas, como Soledad Acosta, esposa de Jesús Pérez con quien tuvo 12 hijos, se convirtió en la compañera, la estratega y el soporte productivo y afectivo de la familia. Ella salvaguardaba/escondía en el alar de la casa, en los baúles, debajo de las camas, en bolsas, en cajas y en cuando recoveco pudiera aquellos tesoros que Jesús dejaba en casa y que recordaban la presencia y la función del padre y esposo en sus prolongadas y continuas ausencias, pues

Jesús ocupó (por designación o por función) todos los cargos de la ANUC, línea Sincelejo y e incluso llegó a ser directivo de la ANUC Nacional.

Decía "Chucho" Pérez que sin Soledad Acosta no existiría el Jesús Pérez líder, porque ella se encargó de la casa, de la familia y hasta de la producción del campo cuando él estaba luchando por todos los campesinos. Ella también vivió persecución, fue detenida, sirvió de puente cuando los líderes (hombres y mujeres) eran apresados e ideó formas de mantenerlos comunicados. Esta mujer pequeña, de rasgos indígenas y voz suave, ya octogenaria atendió la salud de su esposo y seguía doblando con experticia trozos de tabaco que en sus manos se convierten rápidamente en cigarros y calillas que vende en su casa. Sus ojos pequeños, negros y brillantes, aún demuestran el amor por Jesús y el convencimiento que ambos tienen por la lucha a la que han invertido sus vidas.

Los archivos del movimiento campesino, el tesoro de Jesús "Chucho" Pérez

Si enumeramos los bienes materiales que tenía Jesús Pérez, los dedos de una mano alcanzarían, pues él es propietario de poco, pero si se pudiera contabilizar el espíritu, la memoria, el legado y los archivos que logró reunir y salvar Jesús María Pérez Ortega, sería de los más ricos. Los archivos foliados, organizados y sistematizados con su particular método llenaban varias cajas y envoltorios, que poco a poco fueron conociendo sus amigos, copartidarios y compañeros de lucha. Luego llamaron la atención de los académicos e investigadores que empezaron a llegar a la zona para estudiar desde lo sociológico, político e histórico el fenómeno de la violencia, la lucha campesina y los problemas de la tierra. Estos foráneos, al conocer al hombre pequeño, de voz pausada y profunda, quedaban sorprendidos por su dicción neutra, vocabulario erudito, conocimiento detallado de la historia del país y por la biblioteca personal que había armado en su casa.

Uno de los primeros interesados en los saberes y archivos de Jesús Pérez fue Gabriel Turriago, quien hizo parte del Programa Nacional de Reinserción PNR y del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en Colombia PNUD en Montes de María-Sucre, Cesar y Córdoba y quien fuera gran impulsor de la construcción de paz de la

región y articuló organizaciones de víctimas, mujeres, indígenas, afrocolombianos y campesinos.

Otro de esos académicos fue Gonzalo Sánchez, quien por el año 2005 era el coordinador del grupo de memoria histórica que se encargaría de hacer el informe sobre el despojo de tierras en la región caribe para la Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación, acompañado de José Francisco Restrepo (sociólogo, exdelegado de la Red de Solidaridad Social) quien fungiría como asistente regional de investigación. Alrededor estuvieron también otros animadores de procesos sociales como Ricardo Esquivia, Soraya Bayuelo, Ítala Samudio (antropóloga e investigadora), el padre Rafael Castillo de la Corporación Desarrollo y paz de los Montes de María, entre otros.

Y fue precisamente por el trabajo de esos aliados de la paz en la zona que esa promesa de Gonzalo Restrepo de visibilizar las memorias de Jesús se cristalizó, empezando con la publicación del libro *Luchas campesinas y reforma agraria. Memorias de un dirigente de la ANUC en la costa caribe*, cuya primera edición se hizo en 2010 en el marco del proyecto de investigación Tierra y Conflicto, del grupo de memoria histórica de la Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación CNRR. El aporte del texto, como lo indica su prólogo (Pérez JM, 2010 p.5), se basa en tres elementos, el primero es el recuento de los principales acontecimientos de la ANUC como expresión de un gran movimiento social; el segundo, las reflexiones del autor sobre el discurrir de las luchas agrarias a las que estuvo vinculado, y el tercero, sus apreciaciones sobre el impacto de la reforma agraria en la región.

Ya Jesús era reconocido como líder y memoria del movimiento campesino con el que seguía vinculado, también había pasado la época de gloria de la ANUC y ahora sus energías estaban encauzadas en el momento histórico que vivía el territorio con la construcción del Programa de Desarrollo y Paz de los Montes de María PDP y se convirtió en fuente de documentos importantes como del estudio temático desarrollado por Mauricio Esquivia Zapata para la Contraloría General de la República (2014) denominado *El buen gobierno como mecanismo y principio: balance del funcionamiento del sistema general de regalías*.

Más adelante, luego de la publicación del libro de Jesús Pérez, se logró un convenio[161] entre el Centro Nacional de Memoria Histórica y el Colectivo de Comunicación línea 21 para adelantar trabajos de archivo en la zona que permitió en 2014 el registro especial[162] de parte de sus archivos físicos en el marco de la *política pública de archivos de graves violaciones de derechos humanos, infracciones al derecho internacional humanitario, memoria histórica y conflicto armado*. Gracias a ese proceso, de aquellas cajas y paquetes llenos de papales, fotos y textos carcomidos algunos por el comején, enmohecidos otros por la humedad y otros en perfecto estado; se logró el acopio, limpieza, curaduría, catalogación y digitalización de 1032 folios del ámbito laboral (años 1969-2011), digitalización de 4 libretas manuscritas del ámbito laboral (años 1970, 1978, 1984, 2002), digitalización de 4 carpetas con la producción intelectual consistente en los borradores y manuscritos de sus libros inéditos, una compilación hemerográfica de 5 ejemplares de la Revista Combate (años 197?-78) y la colección bibliográfica de 3 libros de temas agrarios y políticos.

Revisar las carpetas digitales del "Fondo Jesús Pérez Ortega" es todo un trabajo de minería. Carpeta tras carpeta, imagen tras imagen van apareciendo ante los ojos del observador partes del pasado, pero también del presente y del futuro, pues la idea de preservar los archivos tiene una función que va más allá de dar cuenta de una época y un momento. En el año de 2012, al Centro Nacional de Memoria Histórica se le solicitó el acompañamiento de un informe que aportara elementos para la construcción de una propuesta de reparación colectiva para los campesinos de la región caribe y ante el reto se tuvo que desarrollar una metodología pionera y piloto dentro de la cual se especifica el valor del archivo como prueba

[161] Convenio de Cooperación 241 de 2012 celebrado entre el Centro Nacional de Memoria Histórica-CNMH y el Colectivo de Comunicaciones Mentes de María Línea 21.

[162] En esta primera etapa de cumplimiento de las políticas públicas se logró el registro especial en Colombia de 12 archivos así: Fondo personal líder campesino Jesús María Pérez - Colección Museo del Caquetá - Fondo Asociación de Familiares de las Víctimas de los hechos violentos de Trujillo - AFAVIT - Fondo personal líder campesino Esteban Ruiz - Fondo personal Gabriel Jaime Santamaría - Fondo Centro Nacional de Memoria Histórica-CNMH - Fondo Corte Suprema de Justicia / Subfondo Juzgado Primero Civil del Circuito Especializado en Restitución de Tierra de Guadalajara de Buga - Fondo Colectivo Comunicaciones Montes de María línea 21 - Fondo personal líder campesino José Rivera - Fondo Asociación de Trabajadores Campesinos del Carare -ATCC - Fondo líderes campesinos de la Asociación Nacional de Usuarios Campesinos-ANUC, Sincelejo.

documental indicando que las fotografías y los textos producidos por las organizaciones o por las comunidades campesinas cumplen varias funciones pues se constituyen en sí mismos dispositivos de memoria con funciones importantes (CNMH 2014 p. 95-96):

-Desatan el recuerdo y las vivencias compartidas por la población en determinados momentos de la historia.

-Son fuente de información sobre hechos, momentos, situaciones, entre otros aspectos de la vida comunitaria.

-Dan aportes a la identificación de pruebas cuando de la violación a los derechos humanos y al derecho internacional se trata, en cuanto contienen datos que permiten la reconstrucción de hechos.

-Son soporte de los procesos sociales y de la exigibilidad de derechos.

-Son memoria social o colectiva de un grupo o comunidad, en este caso, el campesinado.

El archivo nombrado por el CNMH como "Fondo personal líder campesino Jesús María Pérez" está disponible para su consulta en la división de archivo del CNMH en Bogotá, previo lleno de algunos requisitos. El fondo, realmente es sólo parte del archivo real, pues en su casa en Palmito, debajo de una mesa de madera grande llena de libros y coronada con el computador que le dieron como parte del convenio donde tiene la versión digital de su tesoro, Jesús tiene cientos de textos y hojas foliados, amarrados, organizados; los que cada tanto limpian sus nietos armados con detergente, trapos y mucho cuidado. Lo hacen con esmero para que su abuelo pueda revisarlos, pues ya sus pulmones están afectados y su corazón un poco cansado, por lo que le tienen prohibido esculcarlos cuando el polvo del camino se da mañas para colarse por las ventanas, puertas y hendijas de aquella habitación.

En clave de memoria, construyendo ahora el sueño de la paz

Jesús Pérez resistió anclado en el territorio, con su espíritu, su saber y sus archivos, reinventándose, enfrentando las adversidades y re-existiendo[163]. Así como él, otros líderes sociales, ya sea en la zona o en el exilio; desde distintas vertientes políticas o

[163] La noción de re-existencia de Adolfo Albán (2013) quiere expresar las formas como las comunidades recrean sus mundos materiales y simbólicos y desde allí se enfrentan a las desigualdades, a la marginalización, a la discriminación y a la racialización.

ideológicas; junto al estado o luchando contra su abandono; sueñan, y ven en los acuerdos firmados con las FARC y el Gobierno Nacional una esperanza para hacer posible algunos de los cambios que el movimiento campesino y la ANUC-Línea Sincelejo pedían en su momento. Creen que la reforma rural integral puede ser una opción de aquella reforma agraria que se frustró en los años 70 y 80.

Colombia vive un momento coyuntural en el que se traslapan la firma de un acuerdo de paz con la guerrilla más antigua del país FARC-EP, los esfuerzos por llegar a un efectivo diálogo con la guerrilla del ELN, otros 4 conflictos armados vigentes y a todo ello se le debe sumar las existencia de acuerdos de paz adelantados en el pasado reciente con otros grupos alzados en armas como el M-19, EPL, PRT, CRS, AUC entre otros. Todo ello ha hecho que el país viva desde hace casi 5 décadas en una heterogeneidad entre post acuerdos, negociaciones y procesos de construcción de paz, sin que se haya llegado aún a un verdadero postconflicto. Fruto de estas dinámicas por la consecución de una paz completa, el país institucional ha empezado desde hace algunos años a escuchar los testimonios del conflicto padecido por los victimarios y por sobrevivientes resistentes y resilientes, pretendiendo con ello hacer justicia, reparación y no repetición, además de buscar que la sociedad sea consciente de lo sucedido en el largo conflicto colombiano.

En los archivos está mucho de lo que se pidió y se sigue pidiendo, son la evidencia que las desigualdades no son de ahora, que han estado presentes y las soluciones ofrecidas por las mismas comunidades han estado esperando el cumplimento desde los años 70. Ahora, con nuevas formas de justicia, nuevos aires de paz y de convicencia, se espera que develen las voces de todos aquellos que las crearon para que la verdad, la justicia y la no repetición, sean una realidad, y no queden como un *deja vú* cada vez que miran los problemas del campo, como sucede cuando se lee el punto No. 1 “Hacia un nuevo campo colombiano: reforma rural integral” del Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera (2016), texto del acuerdo firmado entre el gobierno nacional y las FARC-EP en 2016.

Nota: El perfil de Jesús Pérez fue presentado como homenaje de parte de la

autora en el texto 12 historias que nos deja la guerra (Consejo de Redacción, 2017).

Referencias

Acosta, Soledad. (2017). Comunicación Personal. Julio 24 de 2017. Palmito (Corregimiento de Hatillo, Municipio de Los Palmitos, Sucre).

Albán A. (2013). *Pedagogías de la re-existencia. Artistas indígenas y afrocolombianos*. El texto fue originalmente publicado como "*Artistas indígenas y afrocolombianas: Entre las memorias y cosmovisiones estéticas de la resistencia*", en Arte y estética en la encrucijada descolonial editado por W. Mignolo y Z. Palermo, Ediciones del Signo, 2009. Consultado el 28 de Julio de 2017, disponible en http://sb5a91bdb84d6b295.jimcontent.com/download/version/1413834561/module/5711503813/name/Pedagog%C3%ADas%20de%20Re.existencia%20A.%20Alban.pdf.

Centro Nacional de Memoria Histórica. (2014). Archivo de Derechos Humanos. Fondo Jesús Pérez Ortega. Bogotá.

Borda, O. F. (2002). *Historia Doble de la Costa- Tomo 4. Retorno a la tierra.* Bogotá: Áncora Editores.

Centro de Estudios Interculturales. (2013). *Caracterización de los conflictos territoriales de la región de Montes de María.* Bogotá: Universidad Javeriana.

Centro Nacional de Memoria Histórica (2013). *¡Basta ya! Colombia: Memorias de Guerra y Dignidad*. Informe General. Bogotá, Presidencia de la República.

Centro Nacional de Memoria Histórica. (2015). *Memorias, Territorio y Luchas Campesinas. Aportes metodológicos para la caracterización del sujeto y el daño colectivo con población campesina en la región caribe desde la perspectiva de memoria histórica* (Documento de trabajo). Bogotá: CNMH.

Centro Nacional de Memoria Histórica (2010) *La tierra en disputa Memorias de despojo y resistencia campesina en la costa Caribe (1960-2010).* Consultado Julio 15 de 2017. Disponible en https://www.centrodememoriahistorica.gov.

co/descargas/informes2010/tierra_conflicto/la_tierra_en_%20disputa.pdf

Contraloría General de la República (2014) *El buen gobierno como mecanismo y principio: balance del funcionamiento del sistema general de regalías*. Consultado el 26 de Julio de 2017 http://www.contraloria.gov.co/documents/20181/198738/Buen+Gobierno.pdf/5a1ec866-e8b0-4906-a026-4906455513d9?version=1.0

Consejo de Redacción (2017) M*emorias : 12 historias periodísticas / José Navia y otros. -- Bogotá : Konrad Adenauer Stiftung*, 2017.

Corporación PBA. (2014). *Informe Técnico: Lineamientos y estrategias de desarrollo rural territorial para la región Caribe colombiana. Serie Documentos de Trabajo N° 142. Grupode Trabajo: Desarrollo con Cohesión Territorial. Programa Cohesión Territorial para el Desarrollo.* Santiago, Chile.: Rimisp.

CINEP (2013) V*ideo documental Documental: ¿Y si dejáramos de cultivar? Campesinado y producción agroalimentaria en Montes de María.* Consultado 10 de Julio de 2017. Disponible en https://www.youtube.com/watch?v=hbKAUGEa9gs

DANE. (2005). CENSO. Disponible en http://www.dane.gov.co/index.php/esp/poblacion-y-registros-vitales/censos/censo-2005

DANE. (2017) *Población proyectada en Colombia*. Consultada el 2 de Agosto de 2017 en http://www.dane.gov.co/reloj/

De los Rios, E. y. (2012). *Montes de María. Entre la consolidación del territorio y el acaparamiento de tierras. Aproximación a la situación de Derechos Humanos y del Derecho Internacional Aproximación a la situación de Derechos Humanos y del Derecho Internacional región (2006-2012).* Bogotá: Publicaciones ILSA. http://ilsa.org.co:81/biblioteca/dwnlds/otras/montes1/informe.pdf

MIC Mesa de Interlocución y concertación de los Montes de María. (2014). *Propuestas de desarrollo rural y agrario construidas por organizaciones campesinas, afrodescendientes, consejos comunitarios, cabildos indígenas , mujeres, jóvenes y v´citimas del conflicto armado*

de Montees de María. Cartagena: Corporación Desarrollo Solidario.

Pérez Ortega, Jesús María (2010), *Luchas campesinas y reforma agraria. Memorias de un dirigente de la ANUC en la Costa Carib*e. Bogotá: Ediciones Aguilar.

Pérez Ortega, Jesús. (2013) Participación oral en el foro *El problema agrario en el marco de los diálogos y construcción de paz*- 11 de diciembre de 2013. Consultado en Julio 28 de 2017 disponible en En http://reliefweb.int/report/colombia/el-problema-agrario-en-el-marco-de-los-di-logos-y-construcci-n-de-paz

Pérez Ortega, Jesús. (2014) *Participación oral en el II Conversatorio del Ciclo Diálogos de la memoria en Bogotá. 24 octubre de 2014*. Noticias de CNMH. Consultado Agosto 6 de 2017. Disponible en http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/fr/noticias/noticias-cmh/la-pregunta-por-la-tierra

Pérez Ortega, Jesús María (2017). *Comunicación Personal.* 24 de Julio de 2017. Palmito (Corregimiento de Hatillo, Municipio de Los Palmitos, Sucre).

Poder Legislativo, Colombia (2016). *Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera*. (Cartilla completa del Acuerdo). Bogotá: Oficina del Alto Comisionado para la Paz.

PNUD. (2010). *Los Montes de maría. Análisis de la conflictividad.* Bogotá: PNUD- Área de Desarrollo, Paz y Reconciliación. http://www.undp.org/content/dam/undp/documents/projects/COL/00058220_Analisis%20conflcitividad%20Montes%20de%20Maria%20PDF.pdf

Rodríguez, C. (2008). *Lo que le vamos quitando a la guerra.* Bogotà: Centro de Competencia en Comunicación. http://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07330.pdf

Comunicación participativa el camino a la consolidación de áreas protegidas con poblaciones locales, caso AMI Santa Rosa del Abuná – Bolivia

Comunicação participativa o caminho para a consolidação de áreas protegidas com populações locais, caso AMI Santa Rosa del Abuná – Bolívia

Participatory communication the road to consolidation of protected areas with local people, AMI Santa Rosa del Abuná case - Bolivia

Divha Alejandra Gantier Mita [164]

Resumen: El poder que tiene lo comunicativo es un aporte fundamental en múltiples dimensiones, el problema global de la deforestación de los bosques no podría estar exento de requerir de la comunicación para fortalecer los procesos de conservación de los ecosistemas y para impulsar estrategias de adaptación y mitigación al Cambio Climático. Con un caso de estudio, en particular, se pudo evidenciar que la comunicación participativa, acompañada del paradigma de la comunicación para el vivir bien, se convierte en una excelente vía para lograr la institucionalización de acciones de conservación, oficializadas mediante la creación de áreas protegidas, dando espacio a la generación de estrategias de resiliencia ambiental planteadas a partir de las necesidades e inquietudes de los pobladores locales.

Palabras Clave: Comunicación participativa, áreas protegidas, cambio climático.

Abstract: The power of the communicative is a fundamental contribution in multiple dimensions, the global problem of forest deforestation could not be exempt from requiring

[164] Divha Alejandra Gantier Mita. Especialista en Comunicación ACEAA-Conservación Amazónica – Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Licenciatura, Bolivia, divha.alejandra@gmail.com.

communication to strengthen the processes of ecosystem conservation and to promote adaptation and mitigation strategies to the Climate change. With a case study, in particular, it was possible to show that participatory communication accompanied by the communication paradigm for living well becomes an excellent way to achieve the institutionalization of conservation actions, formalized through the creation of protected areas, giving space to generate environmental resilience strategies created from the needs and concerns of local people.

Key words: Participatory communication, protected areas, climate change.

El poder que tiene lo comunicativo es un aporte fundamental en múltiples dimensiones, el problema global de la deforestación y deterioro de los bosques no podría estar exento de requerir de la comunicación para fortalecer los procesos de conservación de los ecosistemas y para impulsar estrategias de adaptación y mitigación al Cambio Climático.

El Estado Plurinacional de Bolivia se encuentra entre los países más vulnerables ante los impactos del Cambio Climático (ND-Gain Country Index, 2017). En su territorio alberga diferentes pisos ecológicos, entre los cuales destaca la Amazonía, el bosque tropical más extenso del mundo, que se sitúa también en otros 8 paises: Brasil, Perú, Colombia, Venezuela, Ecuador, Guayana Francesa, Guyana y Surinam. Esta ecoregión se caracterizada por su amplia riqueza en biodiversidad, siendo hogar de miles de especies de fauna y flora que conviven con cientos de familias, que encuentran su sustento en los recursos no maderables del bosque.

En este entendido, la relación que se establece entre el ser humano y su ecosistema cobra vital importancia. Fortalecer este sentido de pertenencia e institucionalizar la conservación, mediante la creación de áreas protegidas, con zonificación determinada, garantiza acciones sostenibles de cuidado al medio ambiente, por ello la comunicación participativa acompañada del paradigma de la comunicación para el vivir bien se convierte en una excelente vía para lograr mencionado cometido, dando espacio a la generación de estrategias de resiliencia ambiental creadas

a partir de las necesidades e inquietudes de los pobladores locales.

Dentro de mencionada dinámica, el comunicador cumple un rol de acompañamiento y facilitación de la "construcción de las comunidades humanas a través de la democratización de la participación, considerando la identidad cultural de cada región, sus valores y creencias" (De Almeida, 2006). Por su parte, el paradigma de la comunicación para el vivir bien planteada por Contreras (2016) afianza la relación de sociedades, tiempos, espacios, culturas y sobre todo: del hombre con la naturaleza.

Tema central

La comunicación participativa y el paradigma de la comunicación para el vivir bien como camino de construcción social en el proceso de conformación y consolidación de áreas protegidas, escenario que permite a los pobladores locales la institucionalización de las acciones de conservación de los ecosistemas a tiempo de construir estrategias de mitigación y adaptación al Cambio Climático, desde su cultura y conocimientos ancestrales.

Acerca del Área

En el afán de acompañar y documentar el proceso de consolidación del área protegida, impulsada por inquietud de los pobladores locales, el estudio se centra en el Área Modelo de Manejo Integral del Bosque de Santa Rosa del Abuná (AMI SRA) en el departamento de Pando- Bolivia. La extensión del AMI SRA comprende una superficie de 171.887 hectáreas, las familias que habitan esta región ubicada en medio de la Amazonía, buscan mejorar sus condiciones de vida, bajo la premisa de vivir del bosque y convivir con él.

Esta relación con el bosque se torna multidimensional, para los pobladores locales, este espacio está ligado a ser generador de alimento, economía y salud. En Santa Rosa del Abuná, como en otras poblaciones de la Amazonía, los comunarios se dedican a actividades productivas, entre ellas destaca el aprovechamiento de productos forestales no maderables como la castaña y asaí principalmente.

Por su parte, el AMI SRA, se encuentra dentro de un territorio municipal, por tanto, en su estructura figura el gobierno autónomo municipal, cuatro subcentrales campesinas y asociaciones de productores.

Por lo mencionado, en este caso, las principales acciones de comunicación se centran en los pobladores y autoridades locales. Estos grupos adoptan la labor de institucionalizar procesos de conservación de los bosques a través de la consolidación del área protegida y la generación de estrategias de adaptación y mitigación al cambio climático, potenciando el manejo de recursos forestales no maderables, lo que repercute en garantizar la preservación de bosque en pie y el equilibrio de los ecosistemas, con una mirada hacia la construcción de soluciones ambientales locales a través de la participación social.

Objetivo

Identificar los componentes del proceso de comunicación participativa, bajo el paradigma de la comunicación para el vivir bien, como camino de construcción social en la consolidación de áreas protegidas y estrategias de mitigación y adaptación al Cambio Climático.

Caracterización del estudio

Las más de 171 mil hectáreas que alberga el AMI Santa Rosa del Abuná se caracterizan por constituirse en una excelente muestra de los principales tipos de vegetación que albergan los bosques amazónicos en Bolivia. El alto estado de conservación del AMI SRA es consistente con la alta riqueza de especies, cuyo porcentaje se encuentra por encima del valor departamental (Fundación Amigos de la Naturaleza, 2016).

Conocedores de la caracterización de su entorno surge, desde las autoridades locales, el planteamiento de una propuesta para el manejo integral y sustentable de los recursos, destacando la visión de establecer una relación armónica con el bosque. A partir de esta iniciativa se encaró un proceso de construcción participativa y socialización de la idea inicial, con el propósito de nutrirla desde las experiencias de los pobladores locales.

Amparados en la normativa boliviana relacionada a áreas protegidas, se generó una dinámica de trabajo que permitió establecer mecanismos de diálogo e intercambio de experiencias, para la creación y consolidación del AMI SRA. El proceso constructivo llevó al menos 13 meses.

De esta manera, el 3 de abril de 2017 se oficializa la creación del AMI SRA, mediante

Ley Autonómica Municipal 7/2017, señalando como objetivo del área: compatibilizar el desarrollo sustentable de la población local y la conservación de la diversidad biológica, a través de la implementación de acciones prácticas y procesos que contribuyan a la gestión integral del bosque, mediante la participación activa de la población local.

Mediante la creación del AMI SRA, se busca promover una mejor calidad de vida, incentivando el desarrollo económico y sustentable con base en una buena gestión de los recursos del bosque amazónico. Asimismo, la consolidación del área protegida y la priorización de temas generan el entorno óptimo para el desarrollo de estrategias de mitigación y adaptación al cambio climático, rescatando la visión indígena y experiencias locales como componentes fundamentales en la construcción de resiliencias.

Enfoque y/o metodología de abordaje

Para abordar el caso citado fue preciso recurrir a teorías que permitan analizar la comunicación participativa como herramienta de construcción social. Por tanto, es importante citar a autores como Luis Ramiro Beltrán, Juan Díaz Bordenave, Paulo Freire y Mario Kaplún que aportaron al surgimiento del paradigma participativo, que sitúa a la comunidad en el punto de partida del proceso y que concibe la comunicación de forma participativa y horizontal a fin de estimular la concientización (Freire, 2002) como paso previo a una mejora sustancial de la calidad de vida en múltiples ámbitos.

Por su parte, debido al contexto de intervención es importante tomar en cuenta el paradigma de la comunicación para el vivir bien, cuyo carácter comunicacional se refleja en los principios que lo sustentan. De esta manera, el principio de la armonía se enfoca en la relación entre seres humanos y con el entorno natural y cósmico (Contreras, 2016).

Afianzar la relación ser humano-bosques es el sustento que permite una participación sostenida y basada en el empoderamiento cultural. En esta dinámica, la población cobra un sentido de identidad que incrementa la posibilidad de ser parte de una cohesión social que atribuye beneficios, en este caso, directos y multidimensionales al tratarse del

manejo y relacionamiento con su propio ecosistema.

En este contexto, es importante destacar la mirada de Estermann (2013), quien señala que los pueblos indígenas, en su mayoría, razonan con un pensamiento en relaciones, que precisamente considera, la conexión relacional de todos los entes, todo está conectado con todo, todo tiene que ver con todo. Se trata, entonces, del sentido más comunicacional que uno pueda imaginar: polifónico, multidireccional e integrador horizontal.

Principales resultados, reflexiones y conclusiones

A manera de resultados y conclusiones es meritorio destacar la capacidad constructiva que tiene la comunicación en los procesos sociales participativos, mediante las condiciones objetivas para una «comunicación horizontal» que se resume en el «acceso», «participación» y «diálogo», elementos acuñados por Beltrán (1981), que permitieron llevar adelante el proceso de consolidación del área protegida AMI SRA y que generan espacios de construcción de estrategias de mitigación y adaptación al Cambio Climático.

Sumado a lo mencionado, el paradigma de la comunicación para el vivir bien permite afianzar la relación ser humano-naturaleza, fortaleciendo el empoderamiento local, que repercute de manera positiva en la conservación de bosques en pie, dando lugar al desarrollo de un elemento articulador y dinamizador del componente económico, ambiental, educativo y de salud, que en este caso representa el aprovechamiento de productos forestales no maderables.

El hecho de recurrir a la comunicación participativa acompañada del paradigma de la comunicación para el vivir bien afianza el empoderamiento local y del proceso como tal, mediante la participación social y constructiva, valorando el aporte brindado por los diferentes actores, en el transcurso de creación del área protegida, se evidenció que al sentirse parte de, asumen un rol activo. Por su parte, la capitalización de experiencias locales y la sistematización de las inquietudes de los pobladores son fundamentales a la hora de generar espacios de construcción de mecanismos de respuesta ante los impactos del Cambio Climático.

Referencias

Beltran, L. (1981). Un adiós a Aristóteles: La comunicación "horizontal". Estados Unidos

Contretas, A. (2016). La comunicación y el paradigma del Vivir Bien/Buen Vivir. Colombia

De Almeida, M. R. (2006). Comunicación, participación y ciudadanía: elementos de la comunicación para el desarrollo en el proyecto jóvenes comunicadores Unirevista. Pernambuco-Brasil

Estermann, J. (2013). Cruz y coca. Hacia la descolonización de la Religión y la Teología. La Paz, Bolivia: Armonía & ISEA

Freire, P. (2002). Pedagogía del Oprimido. Editorial: BIBLIOTECA NUEVA

Fundación Amigos de la Naturaleza. (2016). Atlas Socioambiental de las Tierras Bajas y Yungas de Bolivia, 2da edición

Ley Autonómica Municipal 7/2017 Ley de creación del Área Modelo de Manejo Integral del Bosque de Santa Rosa del Abuná, Pando, Bolivia, 3 de abril, 2017

ND-Gain Country Index

Matrizes epistemológicas da comunicação popular e comunitária

Matrices epistemológicas de la comunicación popular y comunitaria

The epistemological matrices of the popular and community communication

Cicilia M.Krohling Peruzzo[165]

Resumo: Estudo sobre as bases epistemológicas que deram origem as concepções de comunicação popular e comunitária na América Latina desde as últimas décadas do século passado. O texto é baseado em investigação bibliográfica.

Palavras-chave: Comunicação popular, Epistemologia, Participação

Abstract: Study on the epistemological bases that gave rise to the conceptions of popular and community communication in Latin America since the last decades of the last century. The text is based on bibliographic research.

Key words: Popular communication, Epistemology, Participation

Palavras iniciais

Neste texto discuto as bases epistemológicas que deram origem aos conceitos de comunicação popular, comunitária e alternativa na América Latina a partir da segunda metade do século passado. O objetivo é identificar os pressupostos epistemológicos que nortearam as concepções que levaram à concepção teórica dessa subárea de Comunicação Social. Do ponto de vista metodológico, trabalho com pesquisa

[165] Professora visitante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Doutora em Comunicação pela ECA-Universidade de São Paulo, Brasil. E-mail: kperuzzo@uol.com.br

bibliográfica e uma abordagem teórica de caráter ensaístico.

De início, esclareço que a concepção de comunicação popular na América Latina é diferente de como seria entendida em países de outros continentes, principalmente os de língua Inglesa. Popular deriva da palavra povo, classes subalternas, mas desde a noção de "povo organizado" – diferente de "massa", como se dizia nos anos 1980, ou seja, quando se explicita algum nível de consciência de classe, do ponto de vista do entendimento das condições desigualdade e dos direitos individuais e coletivos. Talvez essa noção tenha se fortalecido a partir dos ensinamentos de Paulo Freire que tanto falou da necessidade de conscientização das "massas". Entre seus registros (Freire, 1981, p.120), relata a politização de um ex analfabeto de Angicos (Ceará) nos anos 1960, que em discurso diante do então Presidente da República João Goulart (1961-1964), disse "que não era *massa*, mas povo", pois já sabia ler palavras e a realidade.

Desse modo, a expressão comunicação popular, desde suas origens, na América Latina, deriva da palavra povo e refere-se à comunicação que ocorre no contexto de movimentos sociais, comunidades e suas organizações congêneres e representativas. Esta representou - e ainda representa - uma contra comunicação em relação aos meios de comunicação convencionais comerciais ou públicos governamentais, com suas lógicas de mercado voltadas ao lucro e da política e, especialmente, em contextos de sujeição aos controles de governos autoritários, como, por exemplo, durante as ditaduras militares na América Latina, que deixaram de existir apenas nas últimas décadas do século XX.

Em síntese, a comunicação popular, tal como entendida neste texto, é a comunicação do "povo" – no sentido de povo organizado, ou de segmentos das classes subalternas.

Conforme já afirmei antes (Peruzzo, 2008: 2), "historicamente, o adjetivo popular denotou tratar-se de 'comunicação do povo', feita por ele e para ele, por meio de suas organizações e movimentos emancipatórios visando à transformação das estruturas opressivas e condições desumanas de sobrevivência".

Na perspectiva de uma visão de conjunto, a comunicação popular aqui é tomada como conceito macro que engloba as demais denominações do mesmo universo como a comunicação comunitária, participativa, dialógica, horizontal, radical e alternativa. Em outras palavras, a comunicação popular

se constitui histórica e teoricamente como conceito abrangente ou "guarda-chuva", do qual emanam essas outras denominações, pois, com o passar do tempo algumas iniciativas comunicacionais vão adquirindo matizes um tanto distintos[166] - ou algumas especificidades, devido aos contextos e à práticas sociais diferenciadas, além da referência conceitual que lhes inspira[167].

Os segmentos das classes subalternizadas e suas organizações sem fins lucrativos, coletivos, grupos populares e os próprios movimentos sociais populares, protagonistas da comunicação popular, são articulações civis que tomam consciência de suas condições de estar no mundo (Freire, 1981) e de seus direitos de cidadania, e se organizam para denunciar, reivindicar, agir concretamente e conquistar respostas às suas demandas. Demandas essas tanto no nível de melhor qualidade de vida e respeito aos direitos da pessoa humana, quanto aos demais direitos de cidadania, incluindo o de participação política.

Matrizes epistemológicas da comunicação popular

O ponto de partida para identificar as matrizes da Comunicação Popular, no recorte temporal feio para este estudo[168], é sua origem histórica. Em alguns países da América Latina e, especificamente, no Brasil as ditaduras militares foram marcos históricos que funcionaram como "divisor de água", pois houve uma ruptura radical das formas de organização sócio comunitárias e de participação política, a instituição da censura aos meios de comunicação e do controle e auto controle do modo de se viver na sociedade, o que perdurou durante todo o período de vigência das ditaduras militares, que no caso do Brasil foi de 1964 a 1985.

Desse modo, a comunicação popular, comunitária e alternativa dessa época foi configurada publicamente no final da década de 1970, ainda antes do fim da ditadura, mas em seu período de abrandamento, ou seja, de "abertura política lenta, gradual e segura" permitida no governo do General Ernesto Geisel (1974-1979). É nesse contexto que se origina a comunicação popular desse novo tempo, o que não significa que não existia

[166] As distinções rígidas não são pertinentes tendo em vista as interfaces existentes nas práticas sociais. Ou seja, às vezes, mesmo sendo denominada de comunitária ou de alternativa tem características do popular.

[167] Sobre as aproximações e diferenças entre essas denominações ver Peruzzo (2008, 2009)

[168] Do final dos anos 1970 em diante.

antes[169]. Ela surge no contexto da (re)constituição de formas de conscientização-organização-ação de segmentos populares da população - movimentos populares e organizações congêneres nos anos de 1970 e 1980, no Brasil e na América Latina como um todo, e seguem se recriando nos anos subsequentes. Estes criam formas alternativas de comunicação que funcionam como canal de informação, meio de expressão e como mediação direta na coordenação de ações no processo de lutas por direitos de cidadania, então total ou parcialmente negados. "Ela não se caracteriza como um tipo qualquer de mídia, mas como um processo de comunicação que emerge da ação dos grupos populares. Essa ação tem caráter mobilizador coletivo na figura dos movimentos e organizações populares, que perpassa e é perpassada por canais próprios de comunicação" (PERUZZO, 2008: 2).

Desde os seus primórdios, do ponto de vista conceitual, a comunicação popular foi definida "como comunicação do povo oprimido que se expressa e reclama seus direitos conculcados, usando para isso os meios de comunicação que mais ajudem a sua libertação" (MARTINEZ TERRERO, apud GOMES, 1990: 43). Por sua vez, Martinez Prado (apud GOMES, 1990: 43), complementa: ela exerce "uma função contrária à da comunicação burguesa. Neste caso, seria desideologizante, libertadora, conscientizadora, mobilizadora, como uma função que parte da ideia de 'dar a palavra ao povo'".

Mário Kaplún (1985: 7), também se referiu ao fenômeno da comunicação popular e alternativa como "uma comunicação libertadora, transformadora, que tem o povo como gerador e protagonista".

Em pesquisa realizada no fim dos anos 1980 e começo dos 90 (PERUZZO, 2004: 148), constatei que a comunicação popular se valia, sobretudo, de meios simples e de baixo custo, tais como

> os meios grupais, impressos, visuais, sonoros e audiovisuais: festas, celebrações religiosas, teatro popular, música, poesia, jornalzinho, boletim, mural, panfleto, cartilha, folheto, cartaz, faixas, camisetas, fotografias, filme, sequencias sonorizadas de slides, discos [vinil], alto-falantes, carro de som, programas radiofônicos, troças carnavalescas etc.

No decorrer do tempo foram sendo gradativamente incorporados novos

suportes tecnológicos ao alcance dos movimentos sociais populares e organizações sem fins lucrativos, segundo cada conjuntura, legislação, recursos econômicos, parcerias, capacidade de empoderamento técnico etc. Hoje em dia é crescente o uso das tecnologias digitais, como canais nas mídias audiovisuais na internet (Youtube, Spotify, Vimeo, Instagram, Facebook, Twitter etc.) e a criação de redes sociais digitais através de perfis próprios nestas mídias, além da criação e/ou uso de aplicativos, a exemplo do WhatsApp[170].

Contudo, a incorporação de tecnologias avançadas tradicionais e modernas não significa o desprezo ao uso de meios mais rudimentares e da comunicação direta face a face interpessoal e grupal. Pelo contrário, há uma convivência entre eles pois existe uma questão de adequação ao contexto, em termos de condições e necessidades de comunicação dos emissores e receptores, além das condições de empoderamento das tecnologias.

Em pesquisa empírica recente realizada nas cinco regiões do Brasil, Ana Cristina Suzina (2018: 263), constatou a continuidade do uso de tecnologias baratas e rudimentares, mas "a prevalência de plataformas analógicas [ocorre] em meio a uma presença crescente das plataformas digitais". Por outro lado, ela ressalta também que as condições precárias limitam concretamente a capacidade de ação dos atores sociais que desenvolvem a mídia, mas a "escolha da tecnologia rudimentar não indica necessariamente sua fraqueza" (SUZINA, 2018: 264), pois o que determina o tipo de tecnologia, por exemplo, se é um sistema de alto-falantes, uma rádio FM ou uma webradio, são as necessidades reais da comunidade e o contexto.

Os conceitos formulados sobre um fenômeno social têm íntima relação com os pressupostos epistemológicos aos quais se alinham, pois remetem à sua natureza e às concepções de mundo que os orientam. A epistemologia toma a ciência como objeto de estudo para entender sua natureza, seus princípios ontológicos, hipóteses e resultados. Nas palavras de Mário Bunge ([1980], 2002: 21), "a epistemologia, ou filosofia da ciência, é o ramo da filosofia que estuda a investigação científica e seu produto, o conhecimento científico". E arremata, a epistemologia é a "ciências das ciências" (BUNGE ([1980], 2002: 17).

[170] Ver Peruzzo (2018)

Na mesma perspectiva, Blanché (apud SANTOS, 198: 19), a epistemologia é uma "reflexão de segundo grau sobre a ciência, uma meta ciência [...]". Desse modo, não se emprega o termo epistemologia como sinônimo de teoria, pois se refere ao entendimento mais profundo do percurso de geração de teorias – inclusive o metodológico, ou seja da natureza da investigação científica, de suas bases epistêmicas.

Desse modo, tento entender neste texto quais são as matrizes epistemológicas da comunicação popular enquanto fenômeno comunicacional protagonizado pelos movimentos sociais desde suas formas autônomas de organização. Afinal, quais são suas matrizes ou os princípios ontológicos que orientam sua base teórica que, por sua vez, estão em estreita relação com sua práxis? Essas matrizes, salvo melhor análise, podem ser percebidas nas dimensões a seguir discutidas:

Visão humanística

Desde suas origens a comunicação popular parte das premissas de que o ser humano é portador de direitos e capaz de ser sujeito da histórica. Por um lado, todas as lutas populares das quais a comunicação popular é parte constituinte (ajuda a constituir) e constitutiva(é constituída por elas) carregam a noção de direitos humanos - segundo os princípios da Declaração Universal dos Direitos Humanos, e de cidadania – de acordo com as leis do país, aos quais as pessoas são portadoras e requerem o respeito. Portanto, desde o respeito à igualdade, a não discriminação, à liberdade de expressão até o direito de participação política e de livre associação permeiam as lutas dos movimentos sociais populares de caráter cívico no continente. Por outro lado, a premissa do ser humano como capaz de tornar-se protagonista das mudanças sociais requeridas, a partir de um processo de conscientização e organização de base,

No que se refere especificamente à Freire, a elaboração e difusão de conceitos mesmo num contexto de opressão política e crescente desigualdade social, fez parte de todo um movimento histórico desde as últimas décadas do século passado.

Do ponto de vista teórico, há contribuição de Paulo Freire e de muitos outros pensadores humanistas e marxistas, nesse tipo de posicionamento e concepção de mundo que inclui a visão da potencialidade humana para emancipar-se da opressão e de

ter um desempenho ativo para transformar a realidade em sua volta.

Da educação libertadora em negação à educação bancária, do método de alfabetização de adultos, da conscientização, da comunicação dialógica, entre outros aspectos, se constituem como parte dos fundamentos de toda uma proposta de mudança da condição de manipulação a que as pessoas estavam sujeitas visando o desvendamento do olhar e a devolução da palavra ao povo. Nesse sentido, para Freire (1981), não deixar-se manipular é condição para que a pessoa não perca a condição intrínseca de ser humano. Ele (Freire, 1981: 113), registra uma frase de uma pessoa que passou pelos Círculos de Cultura falando que ao ser alfabetiza deixava "de ser sombras dos outros" porque aprendeu a escrita e a leitura, não só de palavras, mas do mundo. Então, esse tipo visão de mundo ajuda a alimentar a práxis da comunicação popular na direção de mudança de mentalidade em favor da emancipação humana para se alcançar condições dignas de existência.

Tendência progressista

Na práxis da comunicação popular está subjacente uma visão crítica da realidade, ou seja, se enxerga a sociedade como fundada nas contradições estruturais externadas na pobreza de grande parte da população brasileira e nas desigualdades sociais, culturais, econômicas e políticas entre as classes sociais. Ela se constitui então em uma das formas de se comunicar, de denunciar, de resistir e de tornar públicas as reinvindicações por mudanças, e de celebrar as conquistas. Se por um lado, essa contra comunicação se aloja no ninho dos movimentos sociais populares e organizações congêneres, por outro lado, existem muitos outros atores sociais (sindicatos, universidades, partidos políticos, pastorais, organizações não governamentais etc.) que igualmente lutaram e lutam em favor de melhor qualidade de vida e de participação política popular na redefinição dos destinos da sociedade. Entre eles, existiu forte presença de igrejas, a exemplo de algumas denominações da Igreja Evangélica tradicional e de segmentos da Igreja Católica, desde a Opção Preferencial pelos Pobres, marca do Concílio Vaticano II, em especial, das Conferências do Episcopado Latino-Americano de Medellín (1968) e de Puebla

(1979)[171], além da Comissão de Justiça e Paz e das Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) atuantes na linha da Teologia da Libertação. O processo constituinte de 1987 e 1988, no Brasil – quando houve intenso e abrangente trabalho de base para a elaboração de propostas para a nova Constituição, é um exemplo do resultado de décadas de mobilização social por transformações.

Em suma, houve a busca por mudança da realidade concreta visando melhores condições participação civil e vidência de direitos constitucionais, de acesso aos bens de consumo coletivo, redução das desigualdades e respeito aos direitos humanos e de cidadania e, nesse bojo, pela conscientização política. Portanto, as lutas são pelo desenvolvimento da cidadania, ou seja, a conquista de direitos civis, sociais, políticos e comunicacionais. Esse caráter de resistência e de reinvindicações por mudança dentro da ordem capitalista e política representou importantes conquistas à democracia brasileira.

A ideia de autonomia

Devido a visão predominante na época do regime militar de que a manifestação de qualquer vínculo com partidos políticos de esquerda (banidos pela ditadura) seria motivo de coerção e repressão por parte do Estado, os movimento sociais populares e demais organizações civis procuravam, inicialmente, deixar explícita a sua autonomia em relação aos partidos políticos e governos. As lutas eram por uma causa – a vida humana e a democracia – e foi em torno dela que os vários atores se uniram, com os devidos graus de independência.

No tocante à comunicação, essa autonomia transparece na decisão de os movimentos sociais desenvolverem seus próprios meios e formas de comunicar, portanto, desde eles próprios, das comunidades, segundo suas visões e necessidades de comunicar. Para tanto, procuraram a autossutentabilidade, com seus próprios recursos – daí o uso de meios artesanais e de baixos custos, e às vezes contavam com apoio de organismos de fomento nacionais e internacionais, a exemplo da CESE (Coordenadoria Ecumênica de Serviços), criada por igrejas cristãs evangélicas e católica)[172], e da Miserior (Obra

[171] Ver Lourenço (2017)
[172] Ver https://www.cese.org.br/quem-e-a-cese/a-cese/

episcopal da Igreja Católica da Alemanha para a cooperação ao desenvolvimento)[173].

Comunicação participativa e dialógica

Coerente com as premissas da visão humanista, que toma a pessoa como portadora de direitos e de capacidade de conhecer e de ser sujeito da histórica, o desenvolvimento da ideia da participação ativa, democrática e dialógica passou a fazer parte dos processos de comunicação populares. Essa sub área comunicacional teve (e tem) forte inspiração conceitual em Paulo Freire, mas agrega os estudos de vários teóricos precursores da Comunicação participativa latino-americanos, tais como Mário Kaplún, Máximo Simpson Grinberg, Juan Diaz Bordenave, Luis Ramiro Beltrán, José Martinez Terrero, Jorge Merino Utreras, Maria Cristina Mata, Daniel Prieto Castillo, Miquel Azcueta, Fernando Ossandrón, Rosa Maria Alfaro, Eduardo Contreras, Regina Festa e Luiz Fernando Santoro, entre outros.

Nessa perspectiva, a participação ativa das pessoas como emissoras e receptoras é, ao mesmo tempo, uma didática e uma estratégia para desenvolver o protagonismo popular na comunicação. Apregoa-se a necessidade de "dar voz ao povo", mas também "de dar vez", o que quer dizer dar condições para que a comunicação seja realmente feita pelo povo, com o povo e para o povo. Portanto, uma comunicação horizontal realizada de acordo com os interesses e necessidades das comunidades e movimentos sociais em suas dinâmicas de mobilização.

Comunicação popular e educação

Intrinsecamente ligadas às dimensões anteriores, as práticas comunicativas no contexto das comunidades e movimentos sociais também têm uma dimensão educativa, pois não se constituem em algo isolado, mas interrelacionadas às dinâmicas de educação informal e não formal, configurando-se como uma educomunicação comunitária. Em outras palavras, o processo comunicacional desenvolvido é altamente educativo, pois ajuda no desenvolvimento do conhecimento, na compreensão do mundo para se agir nele. Ajuda na conscientização sobre o poder da informação, da união e da solidariedade. Ajuda a melhorar a autoestima. Ajuda a aquisição do saber especializado – como fazer rádio comunitária, por exemplo, e a desenvolver a capacidade de liderança. Ajuda ainda a desenvolver o espírito cívico.

[173] Ver https://www.misereor.org/pt/

Nas palavras de Mário Kaplún (1985: 17), as mensagens são produzidas “para que o povo tome consciência de sua realidade” ou “para suscitar uma reflexão”, ou ainda “para gerar uma discussão”. Os meios de comunicação, nessa perspectiva, são concebidos como “instrumentos para uma educação popular, como alimentadores de um processo educativo transformador”. Contudo, apesar de haver o entendimento bastante generalizado entre as lideranças sobre o caráter instrumental desse tipo de comunicação popular, ela vai além de um meio para transmitir informações, conscientizar e mobilizar. Ela é, ao mesmo tempo, processo, no qual a ação de comunicar-se e de produzir meios de comunicação geram uma dinâmica formativa que transforma a vida das pessoas e altera a condição dos receptores em emissores, tornando-os sujeitos. A educação não se dá apenas pela absorção de mensagens transmitidas, mas no próprio processo de fazer comunicação.

Considerações finais

Conclui-se que as dimensões apresentadas acontecem de forma interrelacionadas. São características dos marcos originários de fenômeno da comunicação popular nos anos 1970, 80 e 90, mas não terminam neste período. Ainda hoje estão em vigor em muitas das iniciativas de comunicação no contexto dos movimentos sociais populares. Porém, a comunicação popular[174] que incorpora as dimensões antes discutidas também serviu de canteiro do qual germina uma diversidade de experiências comunicacionais, com denominações correlatas, tais como, comunicação participativa, comunitária, dialógica, educativa, alternativa e horizontal, e que, inclusive, constituem novas práticas que requerem ser compreendidas em seus contextos e conjunturas, o que não exclui a possibilidade de, em última instância, possuírem em comum o interesse de atuar em prol do interesse público no sentido da realização dos direitos de cidadania.

Referências

[174] Há que se considerar ainda que o termo popular não é uníssono e, pode não conter em todos os lugares e usos, necessariamente, um sentido emancipatório. Mais um motivo da importância de apanhá-lo no processo em que se realiza.

Beltrán, L. R. Adeus a Aristóteles. (1981). Comunicação & Sociedade: Revista do Programa de Comunicação. S.B.do Campo, UMESP, n.6, p.5-35. Set.

Bordenave, J. D. (1983). Além dos meios e das mensagens: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. Petrópolis: Vozes.

Bunge, M. ([1980], 2002). Epistemología. Curso de actualización. 3.ed. México: Siglo Veintiuno.

Festa, R. (1986). Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa. En Festa, R.; Silva, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.). Comunicação popular e alternativa no Brasil. São Paulo, Paulinas. p.9-30.

Freire, P. (1983). Extensão ou comunicação? 7.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Freire, P. (1981). Educação como prática da liberdade. 12. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra,

Gomes, P.G. (1990). O jornalismo alternativo no projeto popular. São Paulo: Paulinas.

Kaplún, M. (1985). El comunicador popular. Quito: CIESPAL,

Lourenço, V.H. (2017). A "opção preferencial pelos pobres" como chave hermenêutica da Exortação Apostólica Evangelii Gaudium. Revista de Cultura Teológica, São Paulo, PUCSP, a.XV, n.89, jan./jun. Retirado de: https://revistas.pucsp.br/culturateo/article/view/rct.i89.31591/pdf. Acesso em: 04 maio 2020

Suzina, A.C. (2018). ASYMMETRIC. Popular media initiatives and the issue of political asymmetries in the Brazilian democracy in times of digital disruption. 452p. Louvain, Université Catholique de Louvanin, Doctorale du Domaines des Sciences Politiques et Sociales.

Peruzzo, C. M K.(2004). Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania. 3 ed. Petrópolis: Vozes. Retirado de: http://www.4shared.com/office/hIltKg_o/COMUNICAO_NOS_MOVIMENTOS_POPUL.htm

Peruzzo, C.M.K. (2008). Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaborações no setor. Revista Palabra Clave, Universidad de La Sabana, v.11, 1.2, p.367-379. Retirado de: https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1503/1690. Acesso em: 17 mar.2020

Peruzzo, C.M.K. (2009). Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. Revista Galáxia, São Paulo, PUC-SP, n. 17, p. 131-146, jun. 2009. Retirado de: https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2108

Peruzzo, C.M.K. (2018). Possibilidades, realidade e desafios da comunicação cidadã na web. Matrizes: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. São Paulo, ECA-USP, v.12, n.3, ...p.77-100, set./dez.

https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/142473/149821

Martinez Terrero, J. (1988). Comunicação grupal libertadora. São Paulo: Paulinas.

Martinez Terrero, J. (1982). La comunicación popular en el NOMIC. UNDA/AL. Comunicación. Quito, v.7, n.46, nov.

Martinez Prado, H. (1981). Comunicación popular. En Comunicación cristiana: desafío y cambio. Buenos Aires: WACC.

Santos, B.de S. (1989). Introdução a uma ciência pós-moderna. Rio de Janeiro: Gral.

Da comunicação popular ao ativismo digital: o jornalismo “pé no barro” das mídias populares no Brasil

De la comunicación popular al activismo digital: el periodismo “cerca de la gente" de los medios populares en Brasil

From popular communication to digital activism: a “foot in the mud” claim of popular media in Brazil

Ana Cristina Suzina [175]

Resumo: Durante minha pesquisa de doutorado, de 2013 a 2017, entrevistei 55 comunicadores envolvidos em 29 iniciativas de mídia online e offline de movimentos sociais e associações comunitárias em seis diferentes regiões do Brasil. Um dos tópicos de debate foi a definição que eles.as fazem de seu trabalho. Midiativismo? Comunicação popular? 'Jornalismo pobre', como propõe uma das comunicadoras? Nesta comunicação, recupero suas reflexões e as discuto sob uma perspectiva normativa experimental em torno do que defino como um midiativismo popular. Seguindo as premissas da escola latino-americana de comunicação, exponho as tensões entre resistir ao sistema e ocupar o sistema na relação entre a mídia popular e a mídia hegemônica. Em seguida, apresento um conjunto provisório de características de base normativa: tecnologia, território, ideologia, formato, resistência e pertencimento. Cada uma delas é apresentada a partir d reflexividade dos comunicadores. Por fim, proponho uma discussão mais aprofundada sobre a característica da resistência, sob a noção de 'jornalismo pobre' e a relaciono com a abordagem das epistemologias do Sul.

Palabras Clave: Comunicação popular, jornalismo, midiativismo.

[175] Ana Cristina Suzina. Loughborough University London, Doutora em Ciencias Políticas e Sociais, Reino Unido, a.suzina@lboro.ac.uk

Abstract: During my PhD research, from 2013 to 2016, I have met 55 communicators engaged in 29 online and offline media initiatives of social movements and community associations in six different regions in Brazil. One of que topics of debate was a tentative definition of what they were doing. Mediactivism? Popular communication? 'Poor journalism', as proposed by one of the communicators? In this communication, I recover their proposals of definitions and discuss them within a tentative normative debate around what I define as a grounded mediactivism, following the premises of the Latin American school of communication studies. I expose the tensions between resisting the system and occupying the system in the relation between popular media and mainstream media. Then, I present a tentative set of defining features, according to the findings: technology, territory, ideology, format, resistance and belonging. Each of these features will be presented as observed in the field. I finally engage in a more depth discussion regarding the feature of resistance, under the notion of 'poor journalism' and connect it with the approach of epistemologies of the South.

Key words: popular communication, journalism, media activism.

Introdução

"É jornalismo?" Essa foi uma das questões centrais dirigidas `a *Mídia Ninja* durante o *Roda Viva* (TV Cultura, 2013), um dos principais programas de debate da televisão brasileira, logo após o ciclo de protestos de junho de 2013. O programa se concentrou na *Mídia Ninja*, mas na verdade dizia respeito a todas as iniciativas de mídia que atraíram grandes audiências durante as mobilizações, assim como a milhares de outras mídias ativistas que historicamente se dedicam a construir contra-narrativas em um contexto de alta concentração midiática, como é o caso do Brasil.

O nome NINJA significa Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação e a iniciativa consiste em uma rede formada principalmente por jovens espalhados por todo o país, que produzem e veiculam informações por meio de uma página no Facebook e outras plataformas virtuais. Em novembro de 2013, quando

visitei pela primeira vez uma de suas "casas", em São Paulo, o local estava cheio de jovens. A maioria deles morava lá, sob as regras de uma comunidade compartilhada, trabalhando sem salário, mas com a garantia de ter o que precisavam para viver e produzir mídia com liberdade.

A grande "redação" compartilhada tinha as paredes cobertas de imagens registradas pelos próprios midiativistas Ninja durante as manifestações de 2013. Não havia divisórias e era possível, por exemplo, ouvir a discussão de um grupo sobre uma reportagem especial sobre mineração na Amazônia. De vez em quando, alguém anunciava uma atualização sobre uma ação em algum lugar do país ou oferecia um chiclete ou cigarro.

O modelo da *Mídia Ninja* representava o novo e os rostos expostos em suas peças na internet e presentes nessa "casa" em São Paulo testemunhavam como os jovens foram atraídos por sua proposta, assim como movimentos sociais mais tradicionais. A dita reportagem especial sobre mineração era uma espécie de reportagem encomendada pelo *Instituto Socioambiental*, organização de histórica atuação no Brasil. Um dos comunicadores *Ninja* me disse que não era a primeira e única parceria que surgiu após a "explosão", como ele chamou a massiva exposição do potencial midiático da Mídia Ninja durante as manifestações de 2013. Durante minha pesquisa de campo, outros comunicadores mencionaram parcerias semelhantes e expressaram a necessidade de encontrar novas formas de passar uma mensagem com grande impacto, uma necessidade
expressa tanto por comunicadores ligados a movimentos sociais tradicionais, como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, quanto por outros envolvidos com iniciativas nascidas no ambiente digital, como o Coletivo Nigéria, no Nordeste.

A novidade da Mídia Ninja residia no uso crescente de plataformas virtuais nas mobilizações sociais, como visto em movimentos globais como #Occupy, *Indignados,* ou a Primavera Árabe, na convergência midiática (Jenkins, 2004), e na difusão de mensagens em larga escala, por meio da Internet, para contrariar narrativas da mídia dominante (Castells, 2012). Durante as manifestações de 2013, esses comunicadores foram às ruas com câmeras e smartphones gravando e transmitindo informações ao vivo (Suzina, 2019; Jiménez-Martínez, 2020, Ramalho,

2020), transmitiram registros longos e predominantemente sem edição, que registraram a evolução dos protestos e seus picos de tensão no confronto com as forças policiais, por exemplo. Alguns deles chegaram a ser presos – também diante de registros audiovisuais. Para um *Ninja*, eles constituíram uma "nova geração de comunicadores" que não queria mais "ser representada por intermediários", como políticos e jornalistas, e estava disposta a desafiar os conteúdos "prontos" da mídia dominante com sua própria informação, participando assim "da construção da compreensão dos fatos" (entrevista, Mídia Ninja, 2013).

Eles próprios não tinham certeza se jornalismo era a melhor definição para o que estavam fazendo. Bruno Torturra, um dos fundadores da Mídia Ninja, respondeu à pergunta do *Roda Viva* com um sonoro sim. Rafael Vilela, outro dos fundadores, que entrevistei em 2013, respondeu-me com um igualmente convencido "sim e não". E mais importante do que a resposta é a pertinência questão: por que importa se é jornalismo ou não?

Em 2015, na minha segunda visita à mesma casa, o local estava muito mais tranquilo, com muito menos gente e informações circulando. As paredes da enorme redação, antes repleta de jovens comunicadores, continuavam cobertas com as mesmas imagens de 2013. Não cruzei mais do que quatro pessoas durante todo o dia que passei ali. Havia, porém, novas instalações para pessoas que vinham experimentar o modelo Ninja de midiativismo, e adaptações para acomodar a comunidade fixa da casa, incluindo espaços para crianças, filhas dos moradores.

Dois anos depois, um mesmo comunicador entrevistado em 2012, falava de um processo de amadurecimento quanto à compreensão da realidade social, da produção midiática e da relação com os movimentos sociais, mas mantendo algumas diretrizes mestras que eram representadas principalmente por uma lógica econômica baseada na economia solidária - membros continuavam não tendo salários e parcerias eram desenvolvidas em uma base de troca, que não exclui o dinheiro, mas não o toma como ponto central - e o desenvolvimento de um movimento de mídia.

Neste artigo, exploro informações provenientes de entrevistas com este comunicador *Ninja* e outros 54 de

seus pares brasileiros, comunicadores populares e midiativistas ligados 17 movimentos sociais, ONGs e associações comunitárias. Na próxima seção, eu apresento uma breve descrição da pesquisa, que é seguida por uma reflexão sobre as principais características que associam comunicação popular, midiativismo e jornalismo, segundo a análise das observações de campo. A comunicação se conclui com uma reflexão do chamado "jornalismo pobre", que recupera princípios fundamentais da comunicação popular e integra a discussão na perspectiva de construção de uma ecologia de conhecimentos.

Reflexões sobre a comunicação popular no Brasil

Este artigo é baseado em observações de campo e entrevistas com 55 comunicadores de 17 grupos sociais que atuam em seis regiões brasileiras, de 2013 a 2017, no âmbito de uma pesquisa de doutorado sobre a evolução da comunicação popular no Brasil (Suzina, 2018). Todos os casos analisados tem vínculo com lutas sociais, estão situados em zonas periféricas e usam plataformas de comunicação de maneira perene. Embora preservando essas características, a seleção de casos buscou uma Amostragem de Variação Máxima (Patton, 1990), reunindo experiências em áreas urbanas e rurais, que utilizam uma grande variedade de plataformas tecnológicas (impressas, audiovisuais e digitais), e com abrangências variadas de audiência (de comunitárias a nacionais).

A abordagem aos casos foi organizada em três imersões de campo, a primeira em novembro-dezembro de 2013, a segunda em abril-maio de 2014 e a terceira em outubro-dezembro de 2015. Algumas últimas entrevistas com atores já abordados foram realizadas via Internet em 2016 e 2017, para verificar informações e mudanças em práticas consideradas relevantes para a análise. Os comunicadores foram abordados por meio de "entrevista compreensiva", destacando a importância de se estabelecer um diálogo construtivo com aqueles que Jean-Claude Kaufmann chama de "informantes" (Kaufmann, 1996, p. 16).

As visitas de campo duraram de dois a cinco dias no local onde costumam ocorrer as práticas midiáticas. Essas visitas tinham o objetivo de (1) estar com o.a informante em sua/seu território e ter a oportunidade de observar elementos mencionados durante os

diálogos; (2) ter uma breve vivência do território, considerando que a diversidade de contextos era um aspecto analítico relevante; e (3) observar as condições concretas para o desenvolvimento da mídia. A análise dos dados foi orientada pela identificação de padrões compartilhados entre as práticas midiáticas observadas, seguindo procedimentos de pesquisa multi-situada (Hannerz, 2003).

Definindo uma posição em relação aos padrões profissionais do jornalismo

A atribuição de estereótipos à mídia popular e ativista varia desde a comparação genérica com o jornalismo até a concepção de elementos desqualificadores que podem se referir à qualidade das produções ou à designação de estilos que seriam próprios das periferias. Benjamin Ferron, Nicolas Harvey e Olivier Trédan organizaram uma compilação para discutir experiências e a compreensão do que chamaram de "jornalismo amador" ou "mídia amadora" (Ferron, Harvey, & Trédan, 2015). Segundo os autores, tanto no campo da mídia quanto no campo da pesquisa, a discussão sobre essas práticas regularmente envolve julgamentos sobre sua legitimidade e qualidade e/ou sobre sua condição periférica em relação a produções dominantes.

A referência ao jornalismo tradicional é compreensível. A profissionalização do setor veio com a institucionalização de práticas que estruturaram esse campo como independente dos demais. Portanto, procedimentos foram padronizados e reconhecidos, enquanto limites foram impostos sobre o que pode ser incluído e o que deve ser excluído do campo jornalístico. E mesmo que muitas iniciativas, inclusive algumas na presente amostra, não reivindiquem reconhecimento como prática jornalística, elas tocam no principal produto da área, que é o conteúdo informativo. Essa fronteira torna-se ainda mais fluida no contexto da cultura digital, que disponibiliza para grandes públicos as produções de diversas mídias populares e ativistas.

O problema se amplifica quando a classificação de jornalismo é usada para (des)legitimar as práticas da mídia popular. Levantar a questão se a Mídia Ninja é jornalismo ou não constituiu uma manobra que mobiliza a noção de "*langage savant*", cujos sistemas de valores éticos e estéticos, segundo Pierre Bourdieu, atuam exclusivamente no descarte e

distanciamento do que se considera não legítimo (Bourdieu, 1979, p. 250). Esses mecanismos limitam a possibilidade de tomar tais iniciativas como pares na esfera midiática e, consequentemente, impedem que essas as vozes que as sustentam sejam consideradas válidas.

Comunicadores populares e midiativistas tem suas próprias perspectivas sobre o assunto. Durante as entrevistas, uma das principais tensões refletia o contraste entre as perspectivas de resistir ou ocupar a esfera midiática, em que a ideia de ocupação representava uma mudança entre tomar a mídia como inimiga a ser derrotada para tomá-la como um recurso a ser apropriado. Os padrões éticos e profissionais da área também foram questionados com frequência.

Alguns dos comunicadores desenvolvem de uma crítica profunda, denunciando uma falsa imparcialidade dos meios de comunicação que, segundo eles, oculta interesses das elites nacionais. Em 2013, um comunicador *Ninja* atribuiu um dos principais motivos da atual crise de credibilidade do jornalismo ao caráter "supervalorizado" da imparcialidade. Naquele mesmo ano, dois comunicadores do *Coletivo Nigéria* julgaram que os grandes meios de comunicação conservadores são os únicos a manter o argumento da imparcialidade, enquanto agem no sentido contrário: "dizem que são imparciais, mas não ouvem o outro lado". Ambos os coletivos de mídia defendem a importância de assumir posições abertamente e de obter informações de todos os grupos sociais que participam ou são afetados por questões relevantes da sociedade.

Com base na reflexividade dos comunicadores entrevistados, foi possível identificar seis características normativas da mídia popular e ativista, que emergiram como distintas em relação aos padrões regulares do jornalismo. São elas: ideologia, território, tecnologia, formato, pertença e resistência.

Ideologia

A ideia de ideologia, tal como abordada pelos comunicadores, está frequentemente relacionada com assumir e revelar um lado que norteia as opções editoriais. Um comunicador *Ninja* avançou o conceito de "multiparcialidade" como uma

definição para a abordagem da Mídia Ninja em 2013. Contrastando sua posição com a da mídia dominante, ele definiu a *Mídia Ninja* como parcial, ponderando que, dentro dessa parcialidade, a plataforma oferece um "mosaico de ângulos" que podem ser escolhidos pelo público.

Os comunicadores do *Coletivo Nigéria* também valorizam a diversidade de narrativas. `A época dos protestos de Junho de 2013, uma de suas peças mais populares era o documentário *Com Vandalismo* (Coletivo Nigéria, 2013), cujo objetivo é estabelecer um debate em torno da narrativa sobre o vandalismo em relação a fatos reais ocorridos durante os protestos e suas motivações.

É importante, no entanto, distinguir a ideia de oferecer diversidade de perspectivas do ideal de imparcialidade, como no padrão de jornalismo profissional. Em geral, mídias populares e ativistas oferecem plataformas para visões de mundo alternativas que lutam por um lugar no debate. Os comunicadores entrevistados associaram o desenvolvimento da consciência a posições editoriais bem definidas que permitem um debate honesto e a constituição de opiniões a partir de perspectivas claras. Reconhecendo um quadro geral de desigualdades, tanto nas condições de vida quanto na expressão das vozes, eles defendem sua parcialidade para introduzir a pluralidade no debate público.

Território

As afirmações apresentadas pelos comunicadores estão relacionadas à heterogeneidade ou diversidade das perspectivas sociais. Essa variedade influencia a maneira como as pessoas pertencem a um lugar ou a um coletivo social em relação a como ele é geralmente representado. Mídias populares diretamente vinculadas a territórios precisos (um bairro, uma ocupação) são os melhores exemplos neste caso. Eles propõem que a definição do que é a vida em um território deva ser construída por ou com quem lá vive, a fim de evitar que os moradores passem a se definir a si e à sua comunidade a partir de uma perspectiva de fora. Por exemplo, todos os comunicadores que trabalham em periferias urbanas falaram sobre pessoas mentindo sobre seu endereço residencial para evitar serem discriminadas. O desenvolvimento de suas próprias mídias foi apresentado como uma estratégia central para combater essas percepções e aumentar a autoestima e a consciência.

Tecnologia

O aspecto da apropriação de tecnologias e estruturas fica mais evidente no contexto da midiatização. O uso de meios pelos movimentos sociais e associações comunitárias não é novo, mas a crescente importância de uma lógica de mídia em diferentes setores da vida aprofunda o sentido dessa apropriação. Existem duas reivindicações principais relacionadas à tecnologia. A primeira se refere ao direito de acesso a qualquer tipo de tecnologia disponível. O segundo destaca a agência em relação à tecnologia. A escolha entre que plataformas ou recursos podem ser classificados como rudimentares ou qualificados deve seguir estratégias que respeitem o perfil e as condições das audiências, bem como as intenções de uso das mídias no contexto de cada luta (Suzina, 2018).

Um comunicador do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra refletiu sobre as características de um sistema de mídia ideal. Ele retratou situações que ilustram essa mediação entre apropriações estruturais e compromissos ideológicos. A apropriação estratégica da tecnologia se opõe à ideia de 'um homem, um smartphone, um midiativista' e, ao contrário, significa apropriar mídias a partir de decisões coletivas e sob a perspectiva do interesse coletivo.

Formato

A abordagem dos formatos é muito próxima à da tecnologia. Segundo os comunicadores, falar com as pessoas exige um gesto permanente de escuta e compreensão do que é importante e faz sentido para as pessoas com quem a mídia popular fala. Essas reflexões sugerem uma tensão permanente entre a institucionalização dessas práticas por meio da incorporação de modelos tradicionais e o compromisso com uma forma autêntica de fazer mídia que resgate as subjetividades, as experiências reais de grupos sociais marginalizados.

Eu argumento que este compromisso genuíno dos comunicadores é o que distingue a mídia popular, associando a noção de mediação (Martín-Barbero, 1987) com as práticas de produção midiática – para além da recepção. Nesse sentido, as críticas a respeito de copiar modelos tradicionais ou comerciais devem ser revistas. Esses comunicadores referem e aplicam os modelos tradicionais em suas

práticas sem perder o olhar crítico sobre a perspectiva que defendem.

O problema não é copiar um formato de massa, assim como consumir cultura de massa não significa perder perspectiva populares, como afirma Martín Barbero (1987). Esse mesmo compromisso representa a resistência necessária para assumir os determinismos tecnológicos e ideológicos e construir diálogo e novas linguagens. A paridade de participação na esfera da mídia inclui uma redistribuição das condições de fala, quebrando as barreiras que atribuem determinadas plataformas tecnológicas a determinados grupos sociais. Os comunicadores entrevistados reivindicam sua agência no uso de qualquer tipo de tecnologia ou formato em benefício da mudança social que procuram.

Pertencimento

Alguns comunicadores entrevistados expressaram a percepção de que, no processo de profissionalização do jornalismo, as fontes que falam da experiência de vida real foram marginalizadas. Dois comunicadores do *Coletivo Nigéria* relataram uma discussão com um jornalista durante os protestos de junho de 2013. O jornalista explicou que preferia obter informações da polícia por se tratar de uma fonte institucional. Os comunicadores do *Coletivo Nigéria*, por sua vez, decidiram acompanhar os manifestantes, inclusive os considerados violentos, até o fim das mobilizações.

Algumas das mídias observadas também registram as perspectivas de fontes institucionais - ou tentam, visto que também houve relataram de que pedidos de entrevista são regularmente negados ou negligenciados pelas autoridades. No entanto, todos dão preferência a lideranças locais e pessoas que vivem em comunidades ligadas à mídia ou engajadas nos respectivos movimentos, algumas reservando espaço privilegiado para fontes normalmente rejeitadas pela mídia dominante.

No caso da *Rede de Notícias da Amazônia*, uma comunicadora reforçou a importância de haver comunicadores locais falando em nome da Amazônia. Ela expressou frustração e indignação com as narrativas elaboradas por forasteiros que não conhecem a região e às vezes falam sem nunca ter estado lá. Para ela, essa é uma das fontes do preconceito e da negligência em relação às questões e fontes locais relevantes.

Resistência

Em geral, a reivindicação dos comunicadores populares está relacionada à possibilidade de expressar seu ponto de vista como sujeitos portadores de uma narrativa legítima baseada na vida real, em sintonia com a abordagem "de baixo pra cima" que sempre foi a marca registrada da comunicação popular. Essa definição dialoga com que, numa entrevista em 2015, uma comunicadora do *Centro Popular de Mídias* chamou de "jornalismo pobre" ou com o que outra comunicadora definiu como "jornalismo com o pé no barro", ao descrever o trabalho dos comunicadores da *Rede de Notícias da Amazônia*, em 2013.

A proposição da comunicadora do *Centro Popular de Mídias* consistia em uma derivação do "new journalism", termo cunhado por Tom Wolfe para designar um modelo de redação jornalística que usava o estilo literário e, sobretudo, se caracterizava por uma abordagem subjetiva vinda de uma profunda imersão de jornalistas nas histórias (Eason,
1984). As noções apresentadas durante as entrevistas que podem ser resumidas sob a noção de "jornalismo pobre" sugerem uma relação estreita com as realidades e as pessoas envolvidas em cada produção midiática, com foco em realidades e povos marginalizados.

A resistência significa, portanto, agência na escolha de tecnologias e formatos para garantir a melhor qualidade na produção e difusão de conteúdos que mantenham o compromisso com a necessidade e as lutas do povo. Esse modelo resiste ao tempo, às imposições tecnológicas e aos padrões profissionais em nome desse compromisso.

Um jornalismo "pobre" e engajado

Esses comunicadores defendem a necessidade de estabelecer, manter e aprofundar a conexão com seu público e com suas lutas. Essa característica emerge como a distinção mais importante em relação à mídia convencional. Uma comunicadora da *Rede de Notícias da Amazônia* a descreveu como uma habilidade muito particular que requer contato real e permanente com as pessoas e suas realidades. Ela usou o termo 'jornalismo com o pé no barro' como referência a percorrer o mesmo caminho, experimentando as mesmas situações relatadas nas produções midiáticas.

Uma comunicadora no Centro Popular de Mídias explica que "jornalismo pobre" é, na verdade, rico porque inclui perspectivas

sociais tomadas, cada uma, como altamente relevantes e usa uma linguagem que abraça essas perspectivas.

Esses comunicadores colocam as mídias além da produção de informações, como provedoras de visões de mundo. A disputa pela paridade na esfera midiática se insere, assim, em uma disputa mais abrangente relacionada `a participação na construção de sentidos na sociedade (Hall, 2013).

Integrando uma ecologia de saberes

A afirmação dos comunicadores que atuam em mídias populares no Brasil pode situar-se na abordagem das Epistemologias do Sul, tal como definida por Boaventura de Sousa Santos (Santos, 2002). Essa abordagem coloca as disputas em torno do conhecimento no centro das questões de justiça global. O modo como as pessoas conhecem o mundo interfere na maneira como o mundo é governado e, consequentemente, as formas de produzir, difundir e legitimar o conhecimento estão na raiz dos problemas e também em suas soluções. A comunicação popular e ativista leva essa noção ao extremo, reconhecendo em cidadãos e coletivos populares a capacidade de criar suas próprias narrativas e estratégias de visibilidade pública.

O desejo de expressar sua voz, expresso nas entrevistas, pode estar relacionado com a questão das perspectivas sociais. Iris Marion Young distingue “três modos gerais pelos quais uma pessoa pode ser representada: de acordo com interesses, opiniões e perspectivas” (Young, 2000, p. 133). Para ela, um interesse é “o que afeta ou é importante para as perspectivas de vida dos indivíduos, ou os objetivos das organizações” (idem, p.134) e uma opinião é “qualquer julgamento ou crença sobre como as coisas são ou deveriam ser” (idem, p.135). No contexto da presente análise, o conceito de perspectiva é particularmente pertinente por sua profunda ligação com a posição dos atores, o que leva a autora a argumentar que “pessoas diferentemente posicionadas tem diferentes experiências, histórias e conhecimentos sociais derivados desse posicionamento” (idem, p.136).

Na concepção de Young, perspectiva social é “o ponto de vista que os membros do grupo têm sobre os processos sociais por causa de sua posição neles” (idem, p. 137). Essa definição é importante porque destaca a racionalidade de um julgamento (ter um ponto de vista) e a experiência vivida

dos indivíduos (a posição nos grupos). Ela se opõe à fragmentação do conhecimento e da vida e aumenta a complexidade de oposições binárias como bom x ruim, tradicional x atualizado, válido x inválido etc.

Fora do grupo, essa diversidade diz respeito à possibilidade de intervenção nos arranjos sociais gerais com soluções alternativas para problemas coletivos. A questão norteadora é como mídias populares participam da construção de um "pensamento alternativo de alternativas", ou seja, desenvolvendo modelos criativos de fazer e ser mídia baseados na autodeterminação. Quando os comunicadores populares defendem o direito de se pronunciar sobre uma situação, estão destacando a relevância das perspectivas sociais como um processo longo e profundo que conecta o que cada grupo social ou indivíduo acumula e apreende como conhecimento e como experiência.

Referencias

Bourdieu, P. (1979). *La distinction. Critique social du jugement.* Les Éditions de Minuit: France.

Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope. Social movements in the Internet age.* Cambridge: Polity.

Coletivo Nigéria. (2013, July 26). *Nigéria Audiovisual.* Retrieved November 03, 2013, from Youtube.com: http://www.youtube.com/watch?v=KktR7Xvo09s

Eason, D. L. (1984). The New Journalism and the Image-World: Two Modes of Organizing Experience. *Critical Studies in Mass Communication, 1*(1), 51-65.

Ferron, B., Harvey, N., & Trédan, O. (2015). *Des amateurs dans les médias. Légitimités, autonomie, attachments.* Paris: Presses de Mines.

Hall, S. (2013). The work of representation. In S. Hall, J. Evans, & S. Nixon, *Representation* (2nd ed., pp. 1-59). London, UK: Sage.

Hannerz, U. (2003). Being there . . . and there . . . and there! Reflections on multi-site ethnography. *Ethnography, 4 (2)*, 201-216.

Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. *International Journal of Cultural Studies, 7*(1), 33-43.

Jiménez-Martínez, C. (2020). Media and the Image of the Nation during Brazil's 2013 Protests. Cham: Palgrave Macmillan.

Kaufmann, J.-C. (1996). *L'entretien compréhensif.* Paris: Nathan.

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía.* Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Patton, M. Q. (1990). Designing Qualitative Studies. In M. Q. Patton, *Qualitative evaluation and Research methods* (pp. 169-186). Beverly Hills, CA: SAGE.

Ramalho, R. (2020). Midiativismo e participação política em redes sociotécnicas: estratégias discursivas de coletivos brasileiros no processo eleitoral de 2018. Dissertacao, Doutorado. Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Santos, B. d. (2002). Para uma sociologia das ausencias e uma sociologia das emergencias. *Revista Critica de Ciencias Sociais, 63*(Outubro), 237-280.

Suzina, A. C. (2018). Digital disruption in popular media practices in Brazil. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital, 7*(1), 172-192.

Suzina, A. C. (2018). Popular media and political asymmetries in the Brazilian democracy in times of digital disruption. *Dissertation*, 482. Louvain-la-Neuve, Belgium: Universite catholique de Louvain.

Suzina, A. C. (2019). Media practices in the Brazilian mobilizations of 2013. *Interacoes: Sociedade e as Novas Modernidades, 36*, 9-39.

TV Cultura, F. P. (2013, August 05). Programa Roda Viva. São Paulo, São Paulo, Brasil.

Young, I. M. (2000). Inclusion and Democracy. New York: Oxford University Press.

Potencialidad de las contra esferas en los intersticios del espacio público: producción y circulación de contenidos de comunicación comunitaria

Potentiality of counter spheres in the interstices of public space: production and circulation of community communiccation content

Nidia Cristina Abatedaga[176]

María Ordoñez[177]

Resumen: El equipo de investigación tiene por objeto de interés el ámbito específico en que se cruzan por un lado, las diferentes formas de organización del trabajo (asalariado/autogestionado) que producen contenidos para la esfera pública y las identificaciones que posibilita. Por otro, indagar sobre las modalidades que asumen las redes de distribución y circulación de contenidos en el espacio público tecnológicamente mediado, discutir la clásica noción de esfera pública burguesa y analizar las condiciones de posibilidad que las nuevas tecnologías habilitan para la emergencia de contra esferas. Nuestro objetivo es *analizar cualitativa y cuantitativamente la producción de contenidos multiformatos, las estrategias de visibilización de colectivos de trabajadores y las narrativas de medios de difusión en entornos digitales en la provincia de Córdoba.*

Se presenta una primera caracterización de las modalidades que asume la producción de narrativas elaboradas para el espacio público, que nos proporcionan pistas para reconocer nuevas formas de sociabilidad, y de la aparición de contra esferas públicas que reticularmente vinculen ámbitos y experiencias contra hegemónicos.

Palabras Clave: Espacio público – Contraesfera – Narrativas

[176] Doctora en Comunicación Social. Universidad Nacional de Córdoba. Argentina. nidiaabatedaga@gmail.com
[177] Licenciada en Comunicación Social. Universidad Nacional de Córdoba. Argentina. maryordoniez@gmail.com

Abstract: The research is interested in the specific file where we can see the intersection of two fields. On the one hand, the different forms or work organizations (salaried or self managed) that produce content for the public sphere and the identifications that enable. On the other, the modalities assumed by the content distribution and circulation networks in the technologically mediated public space. We discuss the classic notion of bourgeois public sphere and analyze the conditions of possibility that new technologies enable for the emergence of counter spheres. Our objective is to analyze qualitatively and quantitatively the production of multi format content, the strategies for making visible groups of workers and the narratives of media in digital environments in the province of Córdoba. A fist characterization of the modalities assumed by the production of narratives elaborated for the public space es presented, which provide us with clues to recognize new forms of sociability and of the appearance of against – public spheres that reticularly link against – hegemonic áreas and experiences.

Key words: Public Space – Against sphere – Narratives

Tema central y objetivos

Como equipo de investigación tenemos por objeto de interés el ámbito específico en que se cruzan dos dimensiones de la realidad actual, por un lado, las características que asumen diferentes formas de organización del trabajo (asalariado/autogestionado) que producen contenidos destinados a la esfera pública y las identificaciones que posibilita. Por otro lado, estudiamos las modalidades que asumen las redes de distribución y circulación de contenidos en el espacio público tecnológicamente mediado, con la idea de discutir la clásica noción de esfera pública burguesa y de analizar las condiciones de posibilidad que las nuevas tecnologías habilitan para la emergencia de contra esferas.

Nos propusimos como objetivo *analizar cualitativa y cuantitativamente la producción de contenidos multiformatos, las estrategias de visibilización de colectivos de trabajadores y las narrativas de medios de difusión en entornos digitales en la provincia de Córdoba.*

Este objetivo está atravesado por una preocupación centrada en el trabajo de quienes producen narrativas para el espacio público. Su análisis se propuso en un contexto donde producción, circulación y

consumo de contenidos pueden abordarse basados en la división que propone la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (N°26522)[178] que considera tres tipos de prestadores: de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro (Cap. I Art. 21). A esta división agregamos una cuarta categoría, que incluye organizaciones no mediáticas que aglutinan colectivos de sujetos organizados horizontalmente para resolver problemas laborales en conjunto (cooperativas de trabajo, grupos laborales autogestionados) que producen contenidos para el espacio público con propósitos de mejorar la redistribución o lograr un reconocimiento identitario en tanto trabajadores.

Esta dinámica de redistribución/reconocimiento se complejiza al hacer foco sobre las características que asumen las formas de presencia en el espacio público a partir del uso de redes sociales y nuevos lenguajes vinculados a las tecnologías de la información y las comunicaciones. La disputa comunicacional no es una novedad que surge de la mano de los medios digitales, pues América Latina cuenta con una larga tradición en torno a la construcción de comunicación comunitaria, popular y alternativa, ya que los medios masivos de comunicación pueden ser considerados como constructores de realidad, productores de narrativas e imaginarios colectivos y públicos (Calderón, 2012:54). En este caso, nos interesa indagar sobre los aspectos novedosos que introducen en esta dinámica las experiencias de comunicación digitales de estos actores colectivos. Cabe mencionar que estas disputas se desarrollan en un contexto en el que América Latina "presenta uno de los índices de concentración de propiedad de medios más altos del planeta" (Becerra y Mastrini, 2015:66) y donde la lógica de acumulación acarreada por la convergencia tecnológica entre medios, telecomunicaciones e Internet produce mayores niveles de concentración en diferentes mercados simultáneamente. En Argentina el Grupo Clarín desplegó numerosas estrategias como las fusiones con empresas de cable y la compra de radios y periódicos, que le han permitido mantener hasta la actualidad su posición de "actor

[178] La ley fue promulgada y sancionada el 10 de octubre de 2009, dejando sin vigencia la antigua ley de la dictadura Número 22285. Fue publicada en el Boletín Oficial de la Nación Argentina en agosto de 2010.

dominante en el mercado de medios argentinos" (Becerra, 2017).

Las organizaciones mediáticas sin fines de lucro y los grupos laborales no mediáticos que tienen incidencia en la esfera pública, estuvieron influidos por la reestructuración laboral evidenciada en la sociedad argentina en su conjunto en las últimas décadas y por el incremento en la precarización del trabajo formal y las relaciones laborales informales (AAVV, 2008). Como marco contextual, nos referimos a experiencias surgidas a partir de finales del siglo XX y principios del XXI, las cuales fueron desarrolladas por sujetos excluidos, que nunca ingresaron al mercado asalariado o trabajadores y trabajadoras que buscan complementar sus ingresos debido a los salarios bajos. Siguiendo a Sarria Icaza y Tiribia (2004) vinculamos estas prácticas con las particularidades del ciclo de acumulación capitalista que no se sustenta en el trabajo y expresa una crisis de desempleo estructural, no sólo en nuestro país. Frente a esta situación, nos interesa recuperar aquellas que se realizan de forma colectiva y organizada horizontalmente, pues también existen estrategias basadas en una lógica individualista.

Caracterización del estudio o discusión teórica propuesta.

Para analizar la producción de narrativas para el espacio público nos centramos en autores y autoras que se posicionan críticamente respecto de la noción de espacio público burgués que propusiera Habermas. Tomamos las ideas de Negt y Kluge (Hansen,1993) y las críticas que le realizaran Thompson (1996) y Fraser (1999 y 2008), en base a las cuales proponemos considerar que este ámbito tiene un significado más amplio, crítico y dilemático del que propusiera su mentor.

Hablar de espacio público mediático invita a realizar una crítica a las teorizaciones clásicas, así como a perspectivas más contemporáneas, que parten del desarrollo de lo que algunos han denominado "cultura de la conectividad" (Van Dijck, 2017) para remitir al lugar central de las redes en la configuración de la experiencia contemporánea, aunque sin realizar una propuesta que ofrezca una mirada radicalmente crítica de la noción clásica de esfera pública.

Actualmente el espacio público mediático debe analizarse no sólo a partir de la privilegiada y extendida participación de medios masivos de capitales hegemónicos

con modalidades tradicionales de difusión o en formatos digitales, sino también considerando la diversidad de modalidades de participación de diferentes actores individuales y colectivos, y de sus propuestas narrativas para redes sociales con variada incidencia

Para Thompson (1996), Habermas muestra que el surgimiento de la esfera pública burguesa fue facilitado, entre otros, por dos hechos que juegan un papel clave en la concepción del autor, y para lo que aquí deseamos destacar. El primero fue el desarrollo de la prensa periódica, a la que el autor atribuye una importancia particular, especialmente a la clase de periódicos críticos y semanarios morales que empezaron a aparecer en algunas partes de Europa entre finales del siglo XVII y comienzos del XVIII. Aunque estas publicaciones surgieron a menudo como periódicos dedicados a la crítica literaria y cultura, se interesaron cada vez más por las cuestiones de significado político y social más general. El segundo hecho fue el desarrollo de una variedad de nuevos centros de sociabilidad en los pueblos y ciudades de inicios de la Europa moderna. Estos centros incluían los salones y las casas de café que, aproximadamente desde mediados del siglo XVII, se convirtieron en lugares de discusión y ambientes en los que las élites instruidas podían interactuar entre sí y con la nobleza en un mismo plano, más o menos, de igualdad.

Fraser (1999) afirma que la explicación ofrecida por Habermas "idealiza la esfera pública burguesa" y agrega que está basada en un número importante de exclusiones, vinculadas al género y a la clase social, que retomaremos en breve. El problema para Fraser no es que se produzca esta idealización, sino que, aunque Habermas no ignora la existencia de otras esferas diferentes de la burguesa, deja de examinarlas y de explicar, en base a la competencia que se produce con ellas, la propia existencia de la esfera pública liberal (Fraser, 1999). En otras palabras, supone posible comprender la esfera pública burguesa considerándola aislada de otras esferas públicas alternativas.

Tanto Holder (2009) como Hansen[179] plantean la necesidad de abordar la noción

[179] La forma publicidad como dominante de la experiencia comunicativa que surge con la masificación de los medios, con la radio y el cine en un primer momento, pero especialmente con la televisión y-más acá de los medios- con la ampliación del mercado en el espacio de la vida social y la interpelación dominante a los sujetos como consumidores- tiene una resultante identificada por

de *Esfera pública* en relación a la propuesta de Negt y Kluge, para quienes la esfera pública habermasiana excluye la participación de la gran mayoría de la población, deja de lado el intento por comprender adecuadamente cómo se inserta en ésta la experiencia cotidiana, no capta adecuadamente el lugar de los medios masivos en el capitalismo avanzado y se engaña respecto al potencial emancipatorio del debate racional mediante argumentos asociados con la idealizada esfera pública burguesa. Para Negt y Kluge, la utopía de una esfera pública diferente implica, no la inclusión de los segmentos excluidos del espacio público, sino una comprensión diferente de qué es vida pública y un principio de organización acorde con ésta.

Retomando estos autores, la esfera pública se constituye en horizonte para la organización colectiva de la experiencia local, dado que influye en la reproducción en contextos de la vida cotidiana bajo una forma autodeterminada: contra esfera local, electrónica y basada en la participación. Comprendido de este modo, en el espacio público mediático o mediado tecnológicamente se producen pujas provocadas por los imperativos de auto subsistencia de cada uno de los actores, con cuotas desiguales de poder (no comparables), procuran incidir en la visibilización de sus propios asuntos desde las perspectiva de sus intereses (Abatedaga y Ordóñez, 2017). Siguiendo a Negt y Kluge reconocemos que bajo el control de las burguesías el espacio público es "una síntesis social ilusoria" (Holder, 2009), ya que para mantener la pretensión de homogeneidad impuesta por la denominada esfera pública burguesa se desarrollan mecanismos de exclusión de las diferencias. Los actores sociales que aquí recuperamos forman parte de aquellos históricamente marginados e invisibilizados por la esfera pública burguesa e industrial. En este campo de fuerza, estos sujetos desarrollan estrategias desde los bordes, intentando proponer en circulación otras narrativas generando aquello que podemos llamar como desbordes. Estos podrían pensarse como un potencial contraconcepto de las variantes burguesa e industrial, que se construye "discursivamente, a partir de la

Hansen: Estos medios "convierten la materia prima de la experiencia humana en un objeto de producción capitalista" (Hansen, 1983: 155).

negación sistemática de los esfuerzos hegemónicos de suprimir, fragmentar, deslegitimar o asimilar cualquier formación de públicos que propongan una organización alternativa y autónoma de la experiencia" (Hansen, 1993:30).

Sin embargo, en la actualidad, dada la fragmentación de la experiencia de grupos sociales debido a formas tecnológicas de producción industrial, se plantea que está en juego la posibilidad misma de hacer conexiones y un trabajo relacional de transmisión de la experiencia (Negt y Kluge, 1973). Los autores se preguntan cómo puede la experiencia, entre otras la de la organización, la resistencia y la derrota, ser recordadas y transmitidas a otras generaciones, por lo que apuestan a pensar una contra-esfera local, basada en la participación directa, la apertura y la auto-reflexividad; pero a la vez inmersa en los usos actuales de la publicidad industrial-comercial, especialmente electrónica, bajo formas desterritorializadas, donde lo local y lo global se han entrelazado en la experiencia de las personas (Hansen, 1993:33). A partir de investigaciones previas pudimos reconocer modalidades diversas de praxis comunicativas mediante las cuales los sujetos colectivos constituyen espacios de reflexión para pensarse y desde donde disputar sentidos en el espacio público, combinando luchas y resistencias en el ámbito de la justicia social (Fraser, 2008) por la redistribución de recursos y el reconocimiento identitario. El análisis de las "estrategias de los bordes" muestran los procesos a través de los cuales los colectivos de trabajadores se reconocen internamente como sujetos de palabra, producen conocimiento nuevo y elaboran estrategias de visibilización intentando disputar sentidos en el espacio público.

Acerca del estudio propuesto y abordaje metodológico

Dada la trascendencia social de las nuevas tecnologías de comunicación e información en nuestra sociedad actual y las nuevas formas de relacionamiento que algunos sujetos colectivos, organizaciones sociales y medios masivos protagonizan, hipotetizamos que existen formas novedosas de producción y circulación de contenidos en el espacio público que podrían incidir en formas emergentes de sociabilidad y de trabajo en el ámbito de la producción cultural propiciando las condiciones para la emergencia de contra esferas en el espacio

público, que tratamos de caracterizar en esta etapa exploratoria.

Partimos de suponer que asistimos a procesos de reconfiguración que se producen en el propio proceso de mediatización y toma de consistencia no sólo en el ámbito político – ideológico objetivado en productos mediáticos. Se trata de un movimiento por el cual en el mismo proceso en el que los grupos sociales y productores de narrativas institucionalizados en diferentes medios y soportes elaboran contenidos para ser colocados en el espacio público, se van produciendo transformaciones en la subjetividad colectiva de los grupos sociales. A la vez proceden a plasmar en narrativas sus luchas con el afuera - ya sea elaborando contenidos que procuran disputar en la agenda impuesta por medios hegemónicos, o visibilizando problemáticas sectoriales en el espacio público - en el mismo proceso se va modificando el horizonte de posibilidades ideológicas y una potencial apertura de sus condiciones materiales de trabajo para subsistir.

El equipo realizó un análisis previo de la situación interna de las organizaciones autogestionadas y de medios comunitarios durante los últimos dos años, que permitió reconocer que en ambos tipos de institución existen los motivos ideológicos centrales anunciados por Fraser (2008), según los cuales, los grupos y movimientos sociales en lucha se aglutinan alrededor de dos tipos de discursos de justicia social: uno que pretende una redistribución más justa de los recursos y la riqueza (reivindicaciones redistributivas) y otro que lucha por una política de reconocimiento donde se acepte la diferencia (política de reconocimiento) que, según plantea la autora, frecuentemente aparecen disociadas, tanto en la práctica como intelectualmente. Para dar cuenta de este proceso, se realizó un estudio cualitativo de los procesos de producción de contenidos en 4 programas radiales de medios públicos, 2 programas radiales privados confesionales, 2 medios privados sin fines de lucro, que jurídicamente se constituyeron en cooperativas de trabajo.

Complementamos este análisis con entrevistas en profundidad a productores de contenidos para el espacio público, de las 4 esferas que estructuran el campo de investigación definido por el equipo. En la actualidad se están realizando dichas entrevistas, cuyos ámbitos de pertenencia fueron organizados en función de la división del espectro radioeléctrico que realiza la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

(22.285), es decir, trabajadores que elaboran narrativas para medios de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro. A esta sectorización se agregó la categoría de comunicadores provenientes de ámbitos laborales autogestionados, que utilizan institucionalmente redes para disputar sentidos hegemónicos.

La selección de casos, tanto para el estudio cualitativo como para las entrevistas en profundidad de carácter cuantitativo, se realizó con un muestreo teórico, sin pretensiones de representatividad estadística. La selección de unidades de análisis - tanto de programas y medios como de productores de contenidos - se hizo considerando los criterios conceptuales de acuerdo al principio de representatividad estructural, es decir, de las variables que delimitan la composición estructural de la muestra son definidos de manera teórica por el investigador (Scribano, 2008). En nuestro caso, las dimensiones estructurantes de la investigación están dadas por la conceptualización realizada del espacio público, al que se entiende conformado por esferas hegemónicas y contra esferas potenciales, surgidas de las disputas de sentido que plantean medios y grupos de productores con potencial contra hegemónico.

Las encuestas se realizaron analizando dimensiones tales como: relaciones y formas de trabajo, tecnología utilizada, recursos, instrumentos, equipo de trabajo, temas, tratamiento y agenda pública, en tanto las dimensiones más relevantes. Hasta el momento se han relevado más de 40 encuestas y son la base de algunas conclusiones preliminares que se proponen aquí y que se complementarán a futuro con la información que se obtenga de los análisis cualitativos señalados.

Esta primera caracterización está orientada a reconocer las condiciones de posibilidad que encuentra, en las narrativas elaboradas para el espacio público, la conformación de múltiples esferas y aún de contra esferas que disputen sentidos hegemónicos.

Reflexiones y conclusiones preliminares

En base a las nociones de esfera pública y las consiguientes disputas que allí se libran, podemos presentar una primera caracterización de las modalidades que asumen las redes de distribución y circulación de contenidos en el espacio

público tecnológicamente mediado específicamente de medios comunitarios en sus versiones digitales y de organizaciones laborales autogestionadas en diferentes redes sociales en el actual entorno digital.

En primer lugar, advertimos que las narrativas de medios comunitarios o medios sin fines de lucro y de las organizaciones de trabajadores autogestionados en muchas situaciones se constituyen en demandas de reconocimiento identitario. En este caso, las modalidades de incidencia en el espacio público buscan contrarrestar las hetero-narrativas elabordas desde el Estado, el mercado y medios hegemónicos mediante la visibilización de auto-narrativas. Los medios comunitarios buscan ser reconocidos como alternativos y como voces legitimadas con el propósito de fijar agenda propia; la Cooperativa de Carreros procura una identidad de "trabajadores" y no de "vagos" o "maltratadores de animales"; en AMMAR Córdoba buscan ser reconocidas como "trabajadoras sexuales" y no como "delincuentes" o "prostitutas", por citar sólo algunos casos.

En segundo lugar, estos actores sociales vinculan las estrategias de reconocimiento y visibilidad pública con aquellas modalidades de disputa por la redistribución de recursos. En este caso, estas demandas se encuentran articuladas y no separadas como menciona Fraser (2008), ya que a través de acciones por redes sociales y otros medios buscan que el Estado les asigne becas de trabajo, otorgue pauta oficial, subsidios o financiamiento para el funcionamiento de la organización. Es decir que las estrategias de visibilización y de posicionamiento en el espacio público permiten disputar el propio reconocimiento y mejorar las condiciones para la apropiación de recursos económicos sustanciales para la subsistencia del colectivo.

Además de las dos dimensiones ya mencionadas, podemos esbozar un tercer campo de disputa o desborde en el espacio público que estos colectivos llevan adelante. Tanto las estrategias de reconocimiento como la redistribución de recursos podrían considerarse como elementos que permiten mejorar las condiciones para la incidencia en el debate dentro del espacio público. Hacemos referencia a una dimensión que va más allá del reconocimiento identitario y se vincula con la disputa por el horizonte colectivo de la experiencia en un sentido pedagógico. Podemos decir que se busca poner en tensión elementos del sentido común, para avanzar colectivamente del

plano de lo que Gramsci (1981) llama "filosofía espontánea" hacia una "filosofía de la praxis". Ésta última, como crítica al sentido común, "pretende liberarse de los elementos ideológicos unilaterales y dogmáticos y alcanzar la conciencia plena de las contradicciones, colocando a ellas como principio básico de conciencia y, por ende, de acción" (Scuderi, s.f.:118 en Rigal, 2011:14).

Como ejemplos de estas modalidades podemos mencionar la intención de trabajar para la construcción de "agendas propias", manifestada por las y los productores de contenidos entrevistados. Un/a productor/a de contenido que forma parte de un medio comunitario afirma querer instalar su agenda y agrega: "Trabajamos una agenda paralela a la ya instaurada. Nuestro móvil está en lo que pasa en los barrios" (Entrevista a productor/a de contenido A). En otra entrevista, se pone de manifiesto la centralidad que toman otros actores sociales, que podemos identificar como excluidos del espacio público dominante, en la construcción de las agendas: "La radio ya viene con una agenda, de las necesidades de los sectores populares (...)" (Entrevista a productor/a de contenido B). En cuanto a las "agendas hegemónicas" y "medios de comunicación hegemónicos" reconocimos dos estrategias. Por un lado, los retoman como fuentes pero proponen lecturas críticas o irónicas de los mismos, en términos de un/a productor/a de contenido entrevistado: "Se toman las noticias de los medios hegemónicos, principalmente, nucleados en el Grupo Clarín, y se realiza una sátira del contenido que están abordando, con una perspectiva político-humorística. De esa manera, se expresa una visión opuesta y manifiestamente pública sobre los contenidos abordados por dichos medios" (Entrevista a productor/a de contenido C). Por otro lado, recuperan esas agendas para plantear otras voces y otras perspectivas, pues "es inevitable no estar al tanto de la agenda de los medios y en general se busca dar otra posición, dar respuesta a eso que dicen los hegemónicos" (Entrevista a productor de contenido D). Estos medios expresan explícitamente que buscan debatir o confrontar directamente con narrativas hegemónicas o dominantes y desmentir fake news o narrativas falaces sobre determinados sujetos colectivos.

"Más que agenda, visibilidad de los trabajadores excluidos", expresa una de las personas entrevistadas que produce contenidos dentro de una organización que categorizamos como no mediática. Este grupo de actores sociales manifiesta que se

proponen instalar temas en la “agenda pública” visibilizando a ciertos actores sociales en particular. Buscan que sus campañas y comunicados sean retomados por otros medios o que se los consideren como fuentes directas ante determinados temas o problemáticas. Dentro de esta modalidad establecen redes y articulaciones con medios sin fines de lucro. Una de las entrevistadas expresa que mantienen “una posición muy crítica con respecto a los medios hegemónicos, pero entendemos que algunos de ellos disponen de información que, elaborada críticamente y contrastada con medios independientes puede aportar a la construcción de relatos más acordes a las necesidades de nuestros territorios” (Entrevista productor/a de contenido E). Esto se relaciona con la demanda de reconocimiento, pero va más allá, pues generan sus propios contenidos en torno a temáticas planteadas por la agenda hegemónica y mediante las redes sociales construyen discursos propios, constituyéndose como sujetos de palabra con productos comunicacionales propios.

El estudio cuantitativo y cualitativo de estas narrativas proporcionan pistas acerca de la posibilidad de reconocer la emergencia de nuevas formas de sociabilidad, y de la inminencia en la aparición de contra esferas públicas que reticularmente vinculen ámbitos y experiencias contra hegemónicos.

Referencias

AAVV (2008) *Trabajo y distribución de la riqueza. Elementos de análisis y criterios de acción* .Cuaderno Mapas N° 5 Centro Nueva Tierra. Bs. As.

Abatedaga, N. y Ordóñez, M. (2017). Praxis comunicativa y narrativas identitarias de los emergentes laborales en el espacio público. *Las encrucijadas abiertas de América Latina. La sociología en tiempos de cambio*. Simposio llevado a cabo en el XXXI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Universidad de la República del Uruguay. Montevideo. Recuperado de: http://alas2017.easyplanners.info/opc/?page=listadoCompleto

Becerra, M. y Mastrini, G. (2015). Concentración y convergencia de medios en América Latina. *Revista Ensambles*, Año 2 (N.º 3). Pp. 64-83. Recuperado de: http://www.revistaensambles.com.ar/ojs.4.1/index.php/ensambles/article/view/62

Becerra, M y Mastrini, G. (2017) *Concentración y convergencia de medios en América Latina*. Paidós. Bs. As

Fraser, N. (1999) “Pensando de nuevo la esfera pública. Una contribución a la crítica de las democracias existentes” en Rev. Ecuador Debate N° 46. Abril 1999. P. 139/174 Disponible en repositorio digital: http://hdl.handle.net.10469/5760

Frazer, N. (2008) “La justicia social en la era de la política de identidad: redistribución, reconocimiento y participación” en Rev. Del Trabajo. Año 4 N° 6. Agosto – Diciembre de 2008. Disponible en http://www.trabajo.gob.ar/downloads/cegiot/08ago-dic fraser.pdf Fecha de consulta: julio de 2012.

Gramsci, A. (1981). *La alternativa pedagógica.* Barcelona. Ed. Fontamara.

Habermas, Jürgen (1986) *Historia y crítica de la opinión pública.* 3° Edición. Ed. G.Gili, S.A. de C.V. México.

Hansen, Miriam. Prólogo al libro de Negt, O. y Kluge A. (1993) *Esfera pública y experiencia. Hacia un análisis de las esferas públicas burguesa y proletaria.* Volumen 85 MINNESOTA. University of Minnesota Press Minneapolis Londres.

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26522 y Decreto Reglamentario N° 1225/10. Edición 2014. Universidad Nacional de Quilmes.

Negt, O. y Kluge A. (1973) Esfera pública y experiencia. Hacia un análisis de las esferas públicas burguesa y proletaria. Volumen 85 MINNESOTA. University of Minnesota Press Minneapolis Londres.

Rigal, L. (2011). Gramsci, Freire y la educación popular: a propósito de los nuevos movimientos sociales. En AAVV, *Gramsci y la educación: pedagogía de la praxis y políticas culturales en América Latina*. Buenos Aires, Argentina. Ed. Novedades Educativas.

Scribano, A, (2008) *El proceso de investigación social cualitativo.* Ed. Prometeo. Bs As.

Thompson, John B. (1996) “La teoría de la esfera pública” *Revista Voces y culturas* Nº 10. Barcelona. Disponible en: Fecha de consulta: enero de 2018.

Mapa de lo público. Una discusión sobre la perspectiva de la Comunicación Educativa y Comunitaria hoy.

Mapa do público. Uma discussão sobre a perspectiva da Comunicação Educativa e Comunitária hoje.

Map of the public. A discussion about the perspective of Educational and Community Communication today.

Martín Martínez[180]

Lucía Olivari[181]

Resumen: El texto propone una mirada a la perspectiva teórico - metodológica de la Comunicación Educativa y Comunitaria desde un contexto cultural actual que nos desafía a analizar y/o dialogar con narrativas y formas organizativas construidas y constructoras de un espacio público expandido.

En este sentido, definimos como "territorios comunicacionales" a aquellos espacios "entre" los espacios de interacción que promueven la construcción de sentidos desde las distintas relaciones de poder que los constituyen. Este marco conceptual, como caja de herramientas, nos permite reflexionar e intervenir desde el devenir de la perspectiva del campo y a partir de su dimensión política para transformar procesos y prácticas comunicacionales.

Palabras Clave: Comunicación Educativa y Comunitaria, territorios comunicacionales, narrativas.

Abstract: The text invites us to look into the theoretical and methodological perspective of 'Educational and Community Communication' from the current cultural context that challenges us to analyze and dialogue with the narratives and the constructed and constructive organizational forms within an expanded public space. We define "communicational territories" to those spaces

[180] Mag. Martín Martínez Puga. Universidad de la República, Uruguay. martin.martinez.fic.edu.uy
[181] Lic. Lucía Olivari. Universidad de la República, Uruguay. lucia.olivari@fic.edu.uy

that lay in-between the interaction spaces which promote the construction of meanings from different relationships. This, as a toolbox, allows us to analyze and to act on from a field perspective and a political dimension in order to transform communicational processes and practices.

Key words: Educational and Community Communication, communicational territories, narratives.

Este trabajo plantea una discusión en torno a la perspectiva teórico-metodológica de la Comunicación Educativa y Comunitaria ante los desafíos que nos plantea el contexto cultural actual y en función de su dimensión política como campo de transformación social.

La discusión nace a partir de múltiples espacios de construcción de conocimiento realizados desde la Sección Académica Comunicación Educativa y Comunitaria (FIC-UDELAR), y de experiencias profesionales en la sociedad civil organizada.

Desde las teorías instrumentalistas de guerra y post guerra en Europa y EEUU, a las de transformación social de dictadura y post dictadura en América Latina, la comunicación ha sido definida por los actores participantes, los espacios y su incidencia social. Siendo por momentos herramienta de difusión y convencimiento, lenguaje de la sociedad de consumo; o espacio de resistencia y disputa de poder.

Lejos de ser fragmentos en la historia teórica y social de nuestras sociedades, la Comunicación se sigue componiendo de todas estas perspectivas, construyendo una disputa desde donde mirar lo comunicacional, y por lo tanto, desde donde abordar la dimensión comunicacional de las prácticas sociales.

En este marco, la Comunicación Educativa y Comunitaria se ha definido desde la búsqueda de la transformación de las relaciones de poder y esto implica contemplar las diferentes voces, perspectivas y sentidos que construyen lo público, tanto desde las prácticas cotidianas, los medios de comunicación, las instituciones, los territorios y sus múltiples interacciones.

Esta perspectiva de la comunicación con diferentes énfasis y apellidos (Kaplún, 2007),

se fue construyendo a partir de un recorrido histórico de múltiples búsquedas ante las necesidades que las prácticas comunicacionales fueron vislumbrando. Es así, que desde sus bases epistemológicas propone una mirada y formas de accionar dinámica en el campo comunicacional.

El relato que en estas hojas proponemos, intenta debatir en el devenir que nos plantea el contexto histórico, donde seguimos afirmando que es necesario reconocer los múltiples procesos comunicacionales entre el mercado y el Estado, y que estos, nos obligan a desafiar nuestros marcos conceptuales para no caer en lecturas cristalizadas.

Asumiendo la responsabilidad de ser actores comunicacionales en ese espacio, donde, si la perspectiva se cristaliza, no solamente puede alejarse de lecturas y diálogos sino incidir de forma cristalizada en el contexto.

Disputar el enfoque comunicacional se da en diversos espacios de incidencia, incluir a la mayor cantidad de miradas, actores y espacios de lo comunicacional en la disputa, es incluir la perspectiva en un devenir necesario para la transformación de desigualdades y la construcción de conocimiento.

Lecturas en un espacio de significación complejo

Contemplar las diferentes perspectivas y sentidos que construyen lo público, es preguntarse constantemente: quiénes dicen, qué dicen, y dónde pueden decir en el ecosistema comunicacional (y cómo este, se constituye en esta dinámica).

Lo espacial, el dónde, es la esfera de la multiplicidad (Massey,2005) dado que se compone de diversos relacionamientos, siendo, por lo tanto, una construcción constante y en tensión por los sentidos validados.

En la actualidad, quizás como nunca, nos encontramos frente a una espacialidad multidimensional, compuesta por una trama de relacionamientos que se desarrollan, tanto en espacios inmateriales (virtuales, imaginarios, etc.) como en espacios construidos (plazas, calles, etc.)

Esta multidimensional nos plantea el desafío de dialogar con un “espacio público expandido” (Reguillo,2017). Espacio de diversas mediaciones y mediatizaciones, compuesto por: la ciudad y el espacio público, los ordenamientos institucionales y las formas sociopolíticas en el territorio, los medios de comunicación como otro

ordenamiento institucional, las formas de enunciación que escapan a dichos ordenamientos (desde el mural a la batalla de hip hop) y las tecnologías de información y comunicación como otras plataformas de interacción (Fernández, 2014).

La comunicación educativa y comunitaria como campo dinámico, deberá estar atenta al devenir que se genera en los espacios "entre" -que llamaremos territorios comunicacionales- los entornos territoriales, mediáticos e institucionales, dado que es donde se construyen (o no) nuevas comunidades de sentidos (Rodríguez 2008).

Lo local, lo territorial, lo otro entre el Estado y el mercado siguen siendo fundamentales para la dimensión política de la comunicación, pero inmersos en territorios comunicacionales que complejizan su significación.

Usted tiene un nuevo mensaje.

A diario recibimos, vemos pasar o mandamos memes a través de las redes sociales.

Los memes se han convertido en un indicador del clima de las conversaciones y discusiones públicas y por lo tanto, de cuáles son los actores y los relatos que mayor visibilidad, incidencia y legitimidad adquieren en la arena pública.

Su formato implica una fuerte condensación de sentidos y quizás por eso, pareciera representar la constitución de los espacios "entre" de los que hablamos pues los sentidos se construyen la multidimensionalidad planteada:

> el espacio es la esfera de la posibilidad de la existencia de la multiplicidad; es la esfera en la que coexisten distintas trayectorias la que hace posible la existencia de más de una voz. Sin espacio no hay multiplicidad, sin multiplicidad no hay espacio. Si el espacio es en efecto producto de interrelaciones, entonces debe ser una cualidad de la existencia de la pluralidad. La multiplicidad y el espacio son co - constitutivos (Massey, 2005)

Este meme circuló a partir de una noticia sobre un hecho delictivo en que una persona le disparó a otra que la intentaba robar. En los memes y comentarios de la noticia aparece, a veces explícita y a veces implícitamente, la idea de que se trataba de un caso de legítima defensa, aunque el proceso judicial no terminara en la misma conclusión.

Sin hilar muy fino en el análisis podemos ver que hay una situación de robo y que hay dos partes claramente identificadas no sólo por lo que se dice sino por cómo están relatadas en la imagen: capucha, gorro con visera, bufanda (que parece una mezcla entre ladrón y estereotipo de manifestante radical) y del otro lado, una persona que, además de ser pelada, parece estar pelada en todo sentido (incluso en su actitud). Además, el ladrón tiene el logo de la campaña contra la baja de la edad de imputabilidad [182]; hay un anclaje a una página de Facebook que se llama "Nunca más Frente Amplio"[183] y aparece con marca de agua de lo que sería el logo de la página que es el dibujo de una foca[184] con una boina que tiene la oz y el martillo y en el pecho la bandera del Frente Amplio.

Podemos reconocer al menos cinco actores: el adolescente - joven delincuente, la población común y víctima, la justicia injusta (como institución y como organización), el partido político y sus votantes focas y la norma para unos (los derechos). También se reconocen al menos tres discusiones públicas (o que circulan en diversos espacios de lo público): la legítima defensa, los derechos humanos, las elecciones nacionales y la alusión al hecho concreto.

Es difícil acá visualizar dónde arranca y dónde termina la construcción de sentido,

[182] En Uruguay se plebiscitó la baja de la edad de imputabilidad en el 2014.
[183] Partido político identificado con el progresismo y/o la izquierda uruguaya.
[184] Imagen que se ha utilizado para los votantes frenteamplistas cuando apoyan las medidas de su partido político.

hay un entramado de significación que construye y se constituye en el espacio público expandido:

> Esfera globalizada y multiescala del espacio público, propiciada por la acelaración tecnológica y la mundialización de la cultura, que favorece la circulación constante de flujos informativos y de representaciones e imaginarios compartidos con potencia orientadora (Reguillo, 2017) .

En el meme hay un nosotros (la gente común, la víctima, la que no tiene derechos, la que se viste de forma diferente) y un ellos (el joven delincuente, que se viste como plancha, que tiene derechos porque está protegido por un gobierno de izquierda) cuya idea se hila a través de distintos territorios comunicacionales, es decir, espacios de interacción y por lo tanto, de expresión de diferentes relaciones de poder.

¿Cómo es posible que, sin el análisis académico, de todos modos podamos reconocer a los unos y otros descritos? Si no fueran actores, temáticas y discusiones reconocidas por la mayoría ¿cómo podrían ser contenido de un formato comunicacional que se construye para ser viral?

Lecturas en repertorios diversos

Las significaciones se construyen en la interacción de múltiples espacios y las formas narrativas de expresarlas denotan la misma complejidad. Se construyen narrativas en un "entre" discursivo, compuesto (a veces en un mismo relato) por repertorios tácticos (De Certau, 2000), de reproducción, o de rupturas del mapa de lo pre establecido.

En las narraciones nos encontramos con rastros de lo mediático, con rastros de la localidad o barrio, con rastros de múltiples institucionalidades. Estos rastros se mezclan, se refuerzan, se contradicen y conviven en los relatos y en los formatos con los que narramos.

Desde una intencionalidad comunicacional que parte de los otros y otras, y que los conceptualiza como un otro/a comunicativo, hace necesario, construir plataformas conceptuales que permitan comprender estos relatos bastardos (Rincón, 2013).

Por ello, si bien la recuperación de los relatos no es una dinámica nueva en el campo comunicacional, se configura de otro modo en la actualidad, siendo la punta visible de la madeja de lo público expandido, que vincula, la trama de producción y circulación de sentidos, los medios y mensajes donde se

materializan, y el territorio de lo político que mapea.

Es en el régimen de visibilidad (Calleti, 2000) donde la dimensión de los relatos refuerza su sentido. En hacer visible lo público como espacio común de la polémica (Arditi, 2009), discutiendo el estatus de lo dado, reconfigurando la frontera entre lo público y privado y los caminos hacia la igualdad, no como punto de llegada, sino como una permanente construcción que la sociedad se da a sí misma.

Narramos a partir y en diversos espacios de conversación y disputa. Es decir, somos construidos y constructores del espacio de lo público, y así los narramos: entre lo dado y la posibilidad de transformarlo.

Estos otros y otras comunicativos, no solo construyen repertorios "entre" y en "espacios públicos expandidos", sino también en una diversidad de forma de colectivizarse (o de masificarse) para polemizar en lo público.

En repertorios que disputan más la diversidad que la representación, las formas de organización suelen complejizarse también. Se mantienen colectivos ligados a la representación y participación en espacios reglamentados, y surgen con notoriedad, otros, menos instituidos, más diversos, con una intencionalidad política a veces difusa, que problematizan los lugares desde donde actuar social y políticamente.

Estos últimos, tienen una gran capacidad de conexión con otros para sumarse a la discusión pública extendida, inaugurando nuevas formas de estar juntos y de estar en contra, de acuerdos y conflictos, como dimensión de la experiencia humana (Arendt, 2005).

Constituyéndose un nuevo espacio "entre", donde se transforman unos y otros para incluirse en la conversación pública: al sentirse interpelados los colectivos y organizaciones legitimadas, al no siempre tener incidencia directa las nuevas manifestaciones.

Repertorios diversos

En un barrio casi al final de Montevideo, cerca de uno de los arroyos que cruza la ciudad y que fue creando puntos finales de un lado y del otro de la ribera (aunque la ciudad se extiende luego del arroyo). Construido por múltiples asentamientos, de familias con diversas historias que lo fueron poblando en diferentes décadas y durante distintas crisis económicas del país.

Allí, conversábamos con un grupo de mujeres que nos contaban sus percepciones para mejorar la localidad, ante una propuesta

de diagnóstico para un proyecto de mejoramiento barrial promovido por el gobierno de la ciudad.

Un grupo de mujeres que se habían permitido juntarse, algo que no había sucedido en el barrio hasta ese momento. Un grupo de mujeres que se permitían cuestionar que su único rol fuera el de cuidado, cambiando prácticas y complementándose entre ellas.

Movimiento que les permitió pensarse como una cooperativa de trabajo, con la intención de sustentarse económicamente, y quizás sin proponérselo al principio, construyendo presencia y transformándose en un colectivo importante en el territorio.

Son una cooperativa, (forma organizativa tradicional en Uruguay), son un grupo de mujeres, una nueva forma de colectivizarse en los barrios montevideanos.

> Tiene que venir la policía, patrullar las calles y llevarse a todos los que estén algo raro", dijo una integrante en un momento, y todas asintieron con la cabeza. Nuestras preguntas, casi de inmediato, y casi sin preguntar, argumentaron si no podría ser injusto, violento y alejado de lo que el barrio precisaba: "es mejor eso a que se siga pensando que acá somos todos iguales,

aclaró otra integrante.

Las narrativas sobre seguridad pública relacionados a lo punitivo y a la represión policial confluyen con relatos que hablan de otras formas colectivas de abordar problemáticas y de la importancia de construir convivencia. Las vivencias y los relatos mediáticos sobre la seguridad confluyen, reviviendo cotidianamente la temática en el territorio.

Para nosotros, que tenemos estéticas, prácticas y territorios alejados a los señalados como culpables, los límites entre la dimensión convivencia y represión son más claros, menos "entre", menos "bastardos", por lo tanto, también nuestras narrativas.

Territorios comunicacionales ¿Caja de herramienta?

> En pocas palabras, que también implica dejar de lado las sutilezas del argumento, la resolución del desacuerdo —si es que puede haber tal cosa como una resolución— no es el acuerdo, sino la transformación de lo dado o la derrota y asimilación de los insurgentes en el orden policial existente. Esto no implica el maximalismo característico de las posturas del todo-o-nada y tampoco impide que haya negociaciones entre los interlocutores. Simplemente resalta el ethos expresivo y disruptivo del desacuerdo o la polémica que opera en política (vid. Arditi y Valentine 1999: vi-xiv). Entendido de

> esta manera, el desacuerdo sin reconciliación no es un indicador del fracaso de la política democrática y del espacio público, sino más bien su rasgo constitutivo" (Arditi, 2009)

Visualizamos a la teoría como caja de herramientas (Foucault, M. Deleuze,1994), como empalme entre prácticas, y por ello, a la Comunicación Educativa y Comunitaria como perspectiva transformadora de dinámicas cotidianas desiguales.

Desde siempre se ha definido como perspectiva que, en diálogo con la educación popular, parte de los saberes de las y los otros para aportar a la transformación de las prácticas sociales y los procesos comunicacionales diferenciándose de las acciones meramente informativas. Estos saberes son reconocibles a través de los relatos y narrativas que se construyen para ser y estar en una organización o comunidad.

Hoy el relato es sí la forma que toma el saber y los sentidos, pero es también una acción que representa a quién dice y desde dónde dice para entonces saber quién es en lo público (que no está compuesto sólo por su organización o comunidad).

Es decir, los relatos y narrativas constituyen y grafican las formas de interacción social y las relaciones de poder en el espacio de lo público. Transformar las prácticas sociales y los procesos comunicacionales implica identificar e interpelar su lugar o el lugar de los actores en lo público.

En otras palabras, no es posible trabajar con un grupo de adolescentes acerca de su estar en la plaza del barrio si no identificamos e interpelamos los sentidos construidos en lo público acerca de estos jóvenes, puesto que jugarán en el vínculo con el espacio independientemente de lo que hagan o digan.

Además, estos espacios de significación se han complejizado. Los mecanismos encontrados socialmente para procesos de democratización e igualdad se han diversificado, y en ese movimiento, se construyen y se viven otras alternativas, pero también se cuestionan mecanismos, construyendo límites cada vez más difusos de repertorios democratizadores.

Narramos como dispositivo de representación social, y en esas narraciones hay relatos que ya nos dijimos y que quedan obsoletos como representación posible en la escena pública. Es decir, se construyen sentidos compartidos que validan procesos de desigualdad fundamentados en la misma discusión por la diversidad, las diferencias y las desigualdades que nos encontramos como sociedad.

Narrar es un modo de conocer, por ello, es necesario relatar las desigualdades desde un enfoque multidimensional, estableciendo pactos de comunicabilidad que permita construir sentidos comunes sobre que es desigual y qué no, partiendo de lo impuro y reconociéndonos en una batalla por el sentido y los sentidos.

El espacio de lo público así planteado es el espacio de la polémica y por lo tanto, de la transformación puesto que allí se encuentran diversos actores, formas organizativas y narrativas que provienen de lo que llamamos "territorios comunicacionales": escenarios de interacción compuestos por el "entre" de los diversos espacios virtuales, físicos e institucionales y configurados por las relaciones de poder.

Siguiendo con el ejemplo, no es lo mismo el "estar" de los jóvenes en la plaza si pintan los juegos infantiles como acción desde un centro educativo que si son ellos mismos, como vecinos del barrio sentados en un murito.

Identificar y reconocer el lugar de esos jóvenes en lo público implica visualizar y visibilizar la construcción de sentido desde los diferentes territorios comunicacionales. Por esta razón, el énfasis conceptual propuesto entendemos aporta a la reflexión de la mano de la intervención: es caja de herramientas porque permite mapear las prácticas sociales de comunicación.

Los territorios comunicacionales son espacio de potencialidad (aunque por momentos pueda ser de confusión) para las voces de otros actores, de otras enunciaciones y de otros acontecimientos.

Y por ello, planteamos el desafío de lectura (y abordajes) de espacios "entre", donde visualizar ideas constructoras de la realidad, explicitando la dimensión educativa en los procesos comunicacionales y dibujando caminos de lo posible que profundicen la dimensión política de la comunicación.

Referencias

Arditi, Benjamin (2009), Desacuerdo sin reconciliación: Democracia, igualdad y la esfera pública, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.

Arendt , Hannah (2005-2006). Sobre la violencia. Madrid. Alianza Editorial

Caletti, S., (2000) Quién dijo Respública. Notas para un análisis de la escena pública contemporánea en Versión N° 10 (pp.15-58). UAM, México.

Fernández, J. L. (2014). "Mediatizaciones del sonido en las redes. El límite Vorterix".

En: Rovetto, F. y Reviglio, M.C. (comps.) (2014) Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones, Rosario: UNR Editora. E-Book. ISBN 978-987-702-072-4. P. 190-206

Foucault, M. Deleuze. (1994 [1971]) «Los intelectuales y el poder», en Foucault, M. Microfísica del poder, Planeta-Agostini, Barcelona.

De Certeau, M. (2000) La Invención de lo Cotidiano, I. Artes de Hacer, México: Instituto

Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente- Universidad Iberoamericana.

Kaplún, G (2007), La comunicación comunitaria en América Latina en Medios de comunicación: el escenario iberoamericano. Madrid: Ariel.

Massey Dorren (2005) La filosofía y la política de la espacialidad: algunas consideraciones. En Pensar este tiempo Espacios, afectos, pertenencias. Leonor Arfuch. Ed. Paidós

Reguillo, R. (2017) Paisajes insurrectos: Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio.

Rincón, O. (2013). Las narrativas colabor-activistas: las identidades otras como innovación mediática. FES Comunicación.

Rodríguez, Jaime, 2008, “El mundo virtual como dispositivo para los nuevos órdenes de la creación artística”, en: Nómadas, No. 28, Bogotá, Universidad Central-IESCO.

Desde los medios alternativos y comunitarios: de una educación informal a una alfabetización mediática en Colombia.

Da mídia alternativa e comunitária: da educação informal à alfabetização midiática na Colômbia.

From alternative and community media: from an informal education to media literacy in Colombia.

Juan Camilo Chacón Cervera [185]

Resumen: La presente reflexión busca dimensionar y analizar una necesidad educativa que generan los medios masivos de comunicación, una alfabetización mediática crítica en los sujetos colombianos, allí una arista contraria puede brindar herramientas contra hegemónicas para este propósito, esta vertiente se establece desde los medios alternativos y comunitarios, escenarios de educación informal popular que pueden otorgar herramientas para estructuras formales de educación, mencionadas en dicha alfabetización. En este orden, este análisis propuesto, dimensiona un problema que vincula campos como la comunicación-educación, comunicación para el cambio social, comunicación alternativa y comunitaria; establece una perspectiva crítica de los medios hegemónicos masivos como escenarios educativos y la posibilidad de las estructuras de forma y contenido que instauran los medios alternativos y comunitarios para contrarrestar dicho fenómeno, determinar una alfabetización mediática. Estos medios pueden ser gatilladores de propuestas críticas que se pueden extrapolar a horizontes de educación formal.

Palabras Clave: Medios masivos, medios alternativos y comunitarios, educación informal.

[185] Juan Camilo Chacón Cervera. Docente de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, Bogotá, Colombia. Comunicador Social, Magíster en Educación, Bogotá – Tolima, Colombia, juanchaconc@usantotomas.edu.co

Abstract: The present reflection seeks to dimension and analyze an educational need generated by the mass media, a critical media literacy in Colombian subjects, there an opposite edge can provide tools against hegemonics for this purpose, this aspect is established from alternative and community media , popular informal education scenarios that can provide tools for formal education structures, mentioned in such literacy. In this order, this proposed analysis, dimensions a problem that links fields such as communication-education, communication for social change, alternative and community communication; It establishes a critical perspective of the mass hegemonic media as educational scenarios and the possibility of the structures of form and content that establish alternative and community media to counteract this phenomenon, determine media literacy. These means can be triggers of critical proposals that can be extrapolated to formal education horizons.

Key words: Mass media, alternative and community media, informal education

Resumo: Esta reflexão busca dimensionar e analisar uma necessidade educacional gerada pelos meios de comunicação de massa, uma alfabetização midiática crítica em sujeitos colombianos, onde uma borda oposta pode fornecer ferramentas contra-hegemônicas para esse fim, este aspecto é estabelecido a partir das mídias alternativas e comunidade, ambientes de educação popular informal que podem fornecer ferramentas para estruturas de educação formal, mencionados na referida alfabetização. Nessa ordem, esta proposta de análise mede um problema que vincula campos como comunicação-educação, comunicação para mudança social, comunicação alternativa e comunitária; estabelece uma perspectiva crítica das mídias hegemônicas massivas como cenários educacionais e a possibilidade de as estruturas de forma e conteúdo que as mídias alternativas e comunitárias estabelecerem para neutralizar esse fenômeno, determinem a alfabetização midiática. Essas mídias podem ser gatilhos de propostas críticas que podem ser extrapoladas para horizontes da educação formal.

Palavras-chave: Meios de comunicação de massa, meios alternativos e comunitários, educação informal.

Introducción

Con el fin de brindar un marco referencial de manera histórica, a finales del siglo XIX y durante el siglo XX, sobre todo después de la segunda guerra mundial, la comunicación se volvió un escenario de expansión frente al ideario desarrollista que se pretendía establecer en todo el bloque occidental, bajo los estándares de un modelo económico capitalista y un sistema político neoliberal. De esta manera, el orden mundial se empieza a estructurar a partir de dinámicas que vehiculizan los medios masivos, dando forma a la apreciación de Alejandro Barranquero y Chira Baez (2010:5) respecto a que el sistema mundo regido por una óptica económica "se caracteriza por haber desarrollado un vasto conocimiento sobre el sistema comunicativo en tanto que "totalidad social", desde una perspectiva materialista histórica, y con especial atención a los procesos de mercantilización, estructuración y especialización del mundo globalizado y de las estructuras de poder mediático de transnacionales y estados".

Entonces, se puede traer a colación a Michel Foucault, uno de los grades pesadores del siglo XX frente a la sociedades disciplinarias consideraba que los discursos son grandes mecanismos que creaban realidades, de allí que los grupos y los sujetos a través de estas estructuras ejercieran el poder a través de instituciones. Es así que la construcción de perspectivas y cosmovisiones, de subjetividades, determinan las tensiones y pulsaciones de poder entre los sujetos, como también las transformaciones culturales, sociales, económicas y políticas de las sociedades. En este sentido, La constitución de la información y el conocimiento como enclaves fundamentales de las sociedades humanas determinan los procesos de desarrollo. Estos flujos y fuentes de información determinaron lógicas de poder para instaurar el funcionamiento de estructuras, sistemas y modelos de pensamiento que guiara las prácticas culturales, políticas, sociales y económicas; esto por medio de lo que se puede denominar "soft power", la inculcación de ideas por medio de mecanismos retóricos y seductivos, donde los medios de comunicación son apremiantes (Mattelart, 2002).

Estructuras direccionadas bajo demandas de una sociedad del conocimiento que en términos de Deleuze, sería una sociedad de control, relatarían a sujetos que se

supervisan y controlan sin barreras espaciales o territoriales, donde hay una rotación constate, continua e ilimitada, todo mediado por el principio de autorregulación. En este sentido, Castells (2006), determina las estructuras sociales como emergentes, con procesos funcionales pero dominantes, organizadas por redes, de allí que la sociedad a través de la interconectividad establezca una lógica de difusión en red, y donde los medios masivos de comunicación permiten un funcionamiento de estas de estas lógicas.

Ahora bien, en un contexto contemporáneo latinoamericano, donde convergen los escenarios presentados con practicas modernas, pre modernas y posmodernas (Garcia, 1989), los medios de comunicación retratan formas de construcción de subjetividades, de cosmovisiones tanto individuales como colectivas, instauran en los sujetos dinámicas culturales y comunicativos de formación, descifrando así procesos de enculturización que crean una "noción de representación social (que) tiene que ver con la manera cómo nosotros, sujetos sociales, aprehendemos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro medio ambiente, las informaciones que en él circulan. Las RS son una forma de conocimiento social que nos ayudan a interpretar y pensar nuestra realidad cotidiana" (Liceras, 2006: 211).

Los sujetos participes de esta sociedad, receptores activos de los medios masivos de comunicación, se ven envueltos en circunstancias y matices complejos dentro de un contexto lleno de construcciones simbólicas que tejen una red de interacciones entre los ciudadanos de este país. Se devela en ellos una necesidad de institucionalizar y referenciar su roles como sujetos políticos e históricos, delimita dinámicas sociales y culturales dentro de una memoria, tanto individual como colectiva (Jelin, 2000), que les permita discernir frente a una realidad que se ha tejido con múltiples hilos a través de la historia y las diferentes visiones que surgen en ella. Respecto es esto, los medios de comunicación establecen representaciones sociales sobre la realidad, esto favorece algunas prácticas sociales, de allí que es pertinente analizar el rol educativo informal que desarrolla los medios de comunicación en la constitución de subjetividades. Los medios tienen una función educativa al transmitir elementos culturales e informativos que realzan tradiciones, valores, creencias y modelos de

conducta, lo cual genera marcos de interpretación de la realidad (Liceras, 2006).

Espectro educativo de los medios, necesidad de una alfabetización mediática

Este contexto tensiona un vínculo entre los medios de comunicación y el campo de la educación, lo que conlleva a la necesidad de hacer uso de la pedagogía como proceso de reflexión acerca de esas dinámicas educativas de enculturización mediática que se tejen entre una cultura alfabética y una cultura mediática, lo cual evidencia pujas de poder hacia una cultura popular que se cimentan en redes simbólicas.

Los medios de comunicación influencian aprendizajes sociales en la conformación de arquetipos y estructuras simbólicas acerca de la realidad, lo que hace que sean de gran consumo comunicativo, esto los determinan como agentes educativos informales donde "La influencia de los MCS, como agentes de Educación Informal (EI) (entendida ésta como aquellos procesos educativos que tienen lugar en el transcurso normal de las relaciones sociales, de la vida cotidiana, y en los que las personas, de manera no organizada, asistemática y a veces no intencional, adquieren y acumulan conocimientos, habilidades, actitudes y modos de discernimiento), resulta ser en muchas ocasiones más eficaz que la propia Educación Formal (EF) y la labor de los enseñantes" (Liceras, 2014: 355). En este orden, los medios masivos estructuran sus dinámicas comunicativas y educativas en discursos dominantes frente a representaciones sociales que quieren vehiculizar e instaurar textualmente con mecanismos retóricos de persuasión, esta es su estrategia para formar subjetividades como escenario de educación informal.

Entonces, se puede evidenciar como los medios de comunicación se cimentan como prácticas educativas desde sus cualidades sugestivas y retóricas. El espectro informal educativo se entremezcla con las lógicas mediáticas, ya que en un sentido holístico se puede considerar que:

> "Al parecer la mayor parte de los aprendizajes que adquirimos a lo largo de nuestras vidas en los ámbitos de los conocimientos, las competencias, los valores y las actitudes, son informales. Tienen lugar a través de las experiencias vividas en las más diversas situaciones: familiares, laborales, de ocio, académicas, etc. Incluso pueden surgir a través de la realización de programas formales de aprendizaje pero al margen de ellos, de manera imprevista (...) Los aprendizajes

> informales pueden presentar una considerable variedad de manifestaciones y efectos (...) autodirigidos, fortuitos y derivados de la socialización. Los autodirigidos son intencionales y conscientes (...) Los fortuitos pueden ser conscientes, pero no son intencionales (...) Los derivados de la socialización no son conscientes ni intencionales. (...) los aprendizajes informales pueden situarse en línea con aprendizajes anteriores e implicar una continuidad y reforzamiento de los mismos o por el contrario, pueden constituir un factor modificador. Del mismo modo los aprendizajes informales pueden ser congruentes con los formales y no formales o por el contrario, distanciarse de ellos o ser antagónicos (...) La educación informal consiste en la organización de ambientes en los que la persona pueda vivir experiencias de las que deriven aprendizajes informales" (Rosales, 2009: 28).

Este contexto descifra esa relación y lazo entre la comunicación y sus medios y la educación, estableciendo las prácticas comunicativas como educativas informales, donde "las actuales investigaciones cognitivas demuestran que la comunicación, a través de procesos de intercambio simbólico y significación, determina el desarrollo del pensamiento y del aprendizaje social (...) en la estructuración de acciones y habilidades personales" (Sierra, 2000: 23).

Este horizonte plantea la importancia de estos medios masivos como escenarios educativos y como pueden generar dependencia ideológica según el modelo en el cual se instauren, ya que "Los medios suelen decidir la agenda pública, los temas sobre los cuales girará el debate social. Los medios definen, además, la manera en que esa información será representada: con qué adjetivos, con qué imágenes, con qué extensión, con qué prioridad... Finalmente, los medios legitiman con su discurso lo «normal», lo natural, lo «típicamente nuestro»" (Morduchowicz, 1999: 119).

Si se plantea una posición crítica frente a los intereses educativos y frente a qué tipo de cultura quieren sumergir a los sujetos, es apremiante mencionar que los medios de comunicación masiva han estado en un proceso de occidentalización de las instituciones como aparatos ideológicos que hacen parte de la sociedad colombiana a nivel histórico y contemporáneo. Aquí es primordial el examen detallado de las repercusiones que tiene esta institucionalización, ya que analiza y establece las posibles pujas entre poderes a nivel socio cultural y político, visibilizando no solo la hegemonía de una estructura de pensamiento, sino también la estructuración

de fenómenos sociales que van desde la violencia y segregación, hasta la implantación de clases sociales en el mismo sistema (Escobar, 1998).

Estableciendo un afán totalizador y homogenizante, que opacan un sinfín de perspectivas y cosmovisiones matizadas por las diversas comunidades y los sujetos que la componen, Latinoamérica y Colombia se ven avasallados por una visión de desarrollo hegemónica, de la cual hacen parte los escenarios comunicativos para explayar realidades a partir del discurso, tal como lo es la conformación de un subdesarrollo en la instauración del concepto del tercer mundo, sus causas y consecuencias (Escobar, 2002). Así, se estructura una lógica occidental de pensamiento analítico, como también, una lógica simbólica, enmarcadas dentro de unos lineamientos culturales. Estas matrices aunque muestran ciertas tensiones para representar una realidad o una interpretación de ella, también muestran puntos de intersección donde establecen una construcción de cosmovisiones entorno al sistema capitalista y su modelo neoliberal de participación (Escobar, 1998).

En concordancia, un análisis comunicativo y pedagógico pertinente frente a los procesos de educación informal de los medios, además, también establece la necesidad de reflexionar sobre estos escenarios, la clase de subjetivación que intentan formar y como pueden ser una oportunidad para ser abordados conscientemente en otros espacios y prácticas educativas formales y curriculares, que permitan un pensar y accionar crítico frente a esta realidad, de allí destacar la importancia de herramientas profundas de análisis simbólico cultural.

En este sentido, se promueve la necesidad de generar un vínculo entre educación informal y educación formal desde la comunicación, donde se encuentra una necesidad pedagógica de herramientas curriculares educativas para fortalecer el accionar del pensamiento crítico al abordar las formas y contenidos que construyen medios como escenarios de educación informal.

En este orden, se plantea una alfabetización mediática, una educación para los medios y como estos mismos esbozan ámbitos educativos y esquemas pedagógicos informales, está necesidad emerge de los procesos de aculturación que determinan procesos sociales y prácticas políticas dominantes y hegemónicas según los contextos, así se establece una necesidad crítica de análisis frente al consumo de los

ellos (Sierra, 2000). La educación tiene un vínculo con la comunicación como "una dinámica cultural de conocimiento práctico – reflexivo de los sujetos, a través de la infinidad de canales sociales, desde el nivel interpersonal al ámbito masivo, en la educación formal, no formal e informal" (pag. 46). Se defiende consecuentemente un paradigma educomunicativo centrado en Freire desde Mario Kaplún (1992), donde se posea herramientas de análisis simbólico para generar un proceso dialógico frente a las modalidades comunicativas de manera constructiva.

Alternativa comunicativa educativa informal para la educación formal

Este contexto plantea una necesidad que puede parece obvia, aunque poco fomentada en Colombia ante las resistencias hegemónicas de los medios masivos y de las directrices del sistema estatal. Sin embargo, ante los efectos dominantes comunicativos, se puede establecer la visión de Gramsci frente a las culturas de las clases subordinadas, alternativas a la cultura hegemónica, donde la cultura popular establece un escenarios de pugnas ideológicas entre las masas o el pueblo, lo cual está íntimamente ligado a formas de producción simbólica dentro de lo que se puede llamar una cotidianidad (Sierra, 2000).

Rosa María Alfaro, pertinentemente, acota un contexto ante el modelo desarrollista moderno y contemporáneo globalizante donde

> Asistimos así a una época donde los sujetos son constreñidos a una gran reflexividad, replegándose hacia sí mismos y al proyecto propio en medio de un proceso de desterritorialización (sin fronteras) y de hibridación de las culturas. Todo lo cual nos convoca a pensar en la búsqueda de nuevas utopías comunicacionales que deben orientar nuestro trabajo y el compromiso con la sociedad (2000:1).

Entonces, aparecen escenarios y campos comunicativos, que dentro de las lógicas de la educación informal, buscan hacen resistencia, determinar otras posibilidades ya alternativas mediáticas a las de los medios masivos, opciones contra hegemónicas que analizan los contextos y representaciones sociales dominantes para buscar la autodeterminación de las comunidades y su identidad. En consecuencia, se plantea los escenarios de la comunicación alternativa, la comunicación popular y la comunicación comunitaria.

La comunicación de corte alternativo se presenta como un campo mediático que plantea estratagemas de corte contra-hegemónico. A partir de las luchas sociales y la búsqueda de una reivindicación cultural ausente en los medios masivos, la comunicación alternativa plantea escenarios de apropiación y participación de los grupos dominados, los cuales deben tomar la batuta de sus procesos de transformación por medio de la palabra, de los actos comunicativos (Martín-Barbero, 2003). Esa refutación a las élites y dinámicas comunicativas dominantes constituye formas expresivas de empoderamiento que permite a los sujetos enunciar cosmovisiones ante un presente, pasado y futuro en contexto de manera autónoma y autóctona.

Se puede deducir y establecer que la comunicación alternativa encuentra oportunidades de apropiación de lógicas comunicativas para fomentar y fortalecer la consolidación de colectivos en un ámbito comunitario, donde además de explorar técnicamente la composición de los medios, se resguarda con posicionamientos frente a una violencia estructural descifrada en un terreno alienante y hegemónico (Gumucio, 2012).

La comunicación comunitaria y popular se constituye como

> Procesos de comunicación constituidos en el ámbito de movimientos sociales populares y comunidades de diferentes tipos, tanto las de base geográfica, como aquellas marcadas por otros tipos de afinidades. No tiene fines lucrativos y su carácter es educativo, cultural y movilizador. Se caracteriza por la participación activa horizontal (en la producción, en la emisión y en la recepción de contenidos) del ciudadano, lo que la convierte en un canal de comunicación perteneciente a la comunidad o al movimiento social y, por lo tanto, debe someterse a sus demandas (Peruzzo, 2013: 121).

En la misma línea, generar transformaciones profundas en las raíces comunicativas y culturales a través de la apropiación que propende las comunidades de sus realidades, aviva la comprensión e confluencia entre una comunicación de corte alternativo-comunitario y una comunicación para el cambio social, captada como

> una alternativa para al desarrollo humano y social, donde el ciudadano, como un agente social construido por una serie de discursos y capaz de modificar su realidad desde una participación emotiva e inteligente debe ser un actor activo, el medio y el fin de su propio desarrollo, convertido en líder a través del deber ser desprendido de

> su realidad social (Alfaro citada por Salas, 2013: 15).

Estos puntos comunes revisten a los sujetos de múltiples características que variopinta las diversas comunidades que hacen uso de la comunicación alternativa y comunitaria, brindan elementos que constituyen a los integrantes de una comunidad en ciudadanos, personas preocupadas por generar poder en las relaciones cotidianas que establecen, con el fin de transformar su entorno y comunidad de acuerdo a su perspectiva de futuro (Mouffe citada por Rodríguez, 2013).

Con esta breve explicación de las virtudes de los escenarios que bridan la comunicación alternativa, comunitaria y para el cambio social, donde nacen por una necesidad de reivindicación social y cultural socavada por las lógicas dominantes y hegemónicas del sistema occidental y sus medios masivos, es fundamental mencionar que por un lado estos espacios analizan desde una perspectiva crítica los discursos de los medios masivos, y por otro, crean procesos propios de comunicación de acuerdo a las comunidades locales, de allí que se cimenten como agentes educativos informales que empoderan a los sujetos y generan una apropiación social de sus contextos. Por esto, es pertinente decir que pueden ser una alternativa investigativa para referenciar sus estructuras de análisis mediático y de producción comunicativa, lo cual puede generar nuevas propuestas desde las comunidades para edificar proyectos curriculares, una especie de alfabetización mediática para leer, consumir y producir medios desde un contexto de educación informal lleva a contexto de educación formal, esto nacido en el seno del trabajo colectivo de las comunidades colombianas.

Para concluir, las reflexiones y propuestas expuestas en este escrito evidencia una gran apuesta y oportunidad, donde se abordan las distintas categorías base, pero además, se tejen múltiples campos de la comunicación que van desde la comunicación – educación, hasta la comunicación para el cambio social, con el fin de establecer directrices que pueden coadyuvar a la integración de los medios alternativos en propuestas de educación formal desde sus lógicas de educación informal para establecer una alfabetización mediática de corte crítico.

Referencias

1. Alfaro, R. (2000). Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las

redediniciones. En revista Razón y Palabra. Número 18. México.

2. Barranquero, A. y Báez, Ch. (2010). Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las Teorías de la comunicación. Congreso Internacional AE-IC Málaga 2010 "Comunicación y desarrollo en la era digital". Disponible en: https://orecomm.net/wp-content/uploads/2010/01/AEIC-Barranquero-Saez.pdf

3. Castells, M. (2006). La Sociedad Red. Alianza Editorial.

4. Escobar, A. (1998). La invención del tercer mundo. Construcción y reconstrucción del desarrollo. Bogotá: Norma.

5. Escobar, A. (2002). Globalización, desarrollo y modernidad. En Corporación Región (Ed.), Planeación, participación y desarrollo. Medellín: Corporación Región.

6. Escobar, A. (2007). La invención del Tercer Mundo Construcción y deconstrucción del desarrollo. Venezuela: Fundación Editorial el perro y la rana.

7. García Canclini, N. (1989). Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México: Grijalbo.

8. Gumucio, A. (2012) "Comunicación y cambio social: raíces ideológicas y horizontes teóricos" en: Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local (Coords.) Martínez Marcelo y Sierra Francisco, Gedisa Editorial. España.

9. Jelin, E. (2001). Los trabajos de la memoria, España: Siglo Veintiuno editores.

10. Kaplún, M. (1992). A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa. Santiago de Chile. UNESCO/OREALC.

11. Liceras, Á. (2006). Medios de comunicación, educación informal y violencia. Comunicar, núm. 26, marzo, pp. 207-214. Grupo Comunicar. Huelva, España.

12. Liceras, Á. (2014). La educación informal de los medios de comunicación y la protección de los menores de la violencia en televisión: historia de un fracaso. Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado, vol. 18, núm. 2, mayo-agosto, pp. 353-365. Universidad de Granada. Granada, España.

13. Martín-Barbero, J. (2003) "Cultura: desafíos de lo popular a la razón dualista" en: Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Fondo de Cultura Económica. Colombia.

14. Martín-Barbero, J. (2002). La globalización en clave cultural: una mirada

latinoamericana, Departamento de Estudios Socioculturales, ITESO, Guadalajara, México. En Línea: www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/bogues/Barbero.pdf.

15. Mattelart, A. (2002). Historia de la sociedad de la información. Paidós. Barcelona..

16. Morduchowicz, R. (1999). La Educación para los Medios es una Educación para la Democracia. Comunicar, núm. 13, octubre. Grupo Comunicar. Huelva, España.

17. Narvaez, A. (2013). Educación y comunicación, del capitalismo informacional al capitalismo cultural. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.

18. Peruzzo, C. (2013). Aproximaciones entre la comunicación popular y comunitaria y la prensa alternativa en Brasil en la era del ciberespacio. En Sierra F. y Martínez M. (Coords.) Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local. Barcelona: Gedisa.

19. Rodríguez, C. 2013. Comunicación ciudadana en Montes de María – Colombia. Revista Luciérnaga. Facultad de Comunicación Audiovisual. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Año 5, Edición 9. Medellín.

20. Rosales, C. (2009). APRENDIZAJE FORMAL E INFORMAL CON MEDIOS. Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, núm. 35, julio, pp. 21-32. Universidad de Sevilla. Sevilla, España.

21. Salas, D. (2013). Comunicación para el cambio social. Reflexión del nacimiento de una nueva teoría con enfoque a la acción y el cambio. México: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Cuajimalapa.

22. Sierra, F. (2000). Introducción a la Teoría de la Comunicación Educativa. Sevilla : editorial MAD.

ComCom UnB: A construção de um programa de formação sociopolítica e intervenção social

ComCom UnB: The construction of a sociopolitical Formation and social intervention Program

Mônica Rodrigues da SILVA[186]

Milena Castro de ARAUJO[187]

Mara da Silva OLIVEIRA[188]

Luana de Melo CAVALCANTI [189]

Resumo: Ao longo dos últimos 18 anos, o trabalho do Programa de Ensino, Pesquisa e Extensão Comunicação Comunitária da Universidade de Brasília (UnB), tornou-se uma das iniciativas que entendem e colocam em prática ações de comunicação sob perspectiva democrática e plural. Desse modo, este artigo tem como objetivo analisar a experiência do Programa, considerando a necessidade da ampliação de espaços de reflexão e de discussão política sobre a intersecção da universidade e sociedade. Como núcleo teórico principal, este trabalho baseia-se no pensamento de Peruzzo (2006), Gramsci (1979) e Carvalho (2001). Diante da complexidade apresentada pelo contexto sócio-histórico local, optou-se pela utilização da Hermenêutica de Profundidade para análise deste trabalho, além de levantamento bibliográfico acerca dos pressupostos da comunicação comunitária e da análise das produções do Programa. Com a realização da pesquisa,

[186]Graduada em Comunicação Social com habilitação em Audiovisual pela Faculdade de Comunicação (FAC) na Universidade de Brasília (UnB). Extensionista do Projeto de extensão Comunicação Comunitária (ComCom). E-mail: moonyca_20@yahoo.com.br

[187] Graduanda em jornalismo pela Faculdade de Comunicação (FAC) na Universidade de Brasília (UnB). Extensionista do Projeto de extensão Comunicação Comunitária (ComCom). E-mail: milenacastro1615@gmail.com

[188] Graduanda do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade de Brasília (UnB). Extensionista do Projeto de extensão em Comunicação Comunitária (ComCom). E-mail: marasilva391@gmail.com

[189]Graduou-se em Comunicação Organizacional pela Faculdade de Comunicação (FAC) na Universidade de Brasília (UnB), Brasil. É integrante do Programa Comunicação Comunitária (ComCom) da mesma instituição. E-mail: luana.cavalcanti13@fac.unb.br

conclui-se que o Programa contribui para formação sociopolítica dos sujeitos envolvidos, além de possibilitar espaços e meios para a intervenção social.

Palavras-Chave: Comunicação Comunitária; Universidade; Extensão Universitária.

Introdução

O Programa de Ação Contínua Comunicação Comunitária (ComCom) da Universidade de Brasília (UnB) se fundamenta no conceito de que "mobilizar é convocar vontades para atuar em busca de um propósito comum, sob uma interpretação e um sentido também compartilhados" (TORO; WERNECK, 1996, p.26). Essa base de ComCom está vinculada às primeiras atividades do projeto, cuja história começa com o surgimento da Rádio Laboratório de Comunicação Comunitária (Ralacoco) - veículo estudantil criado durante uma greve geral deflagrada em 2001 nas instituições federais de ensino superior do Brasil[190].

A fim de expandir as ações da rádio e ampliar a obtenção de recursos, cerca de dois anos após o surgimento da Ralacoco, foi criada a disciplina Comunicação Comunitária na Faculdade de Comunicação da UnB (FAC/UnB). Anos depois, em 2007, o decanato de extensão da UnB aprova o Programa como projeto de extensão. O novo status facilita as questões burocráticas, como solicitação de transporte, a participação e certificação dos estudantes, bem como envio de propostas para editais públicos.

Tendo como objetivo documentar toda a trajetória do ComCom, assim como entender a importância dele no âmbito do ensino, pesquisa e extensão da UnB, esse trabalho mostra os resultados do mapeamento dos territórios, instituições e multiplicadores locais envolvidos nas ações do Programa ao longo dos 18 anos de existência. Essas informações foram coletadas a partir de pesquisa biográfica e por meio de entrevistas semi-estruturadas realizadas à distância por conta da pandemia do novo coronavírus.

Por meio das conversas com pessoas que tiveram contato com ComCom, foi possível identificar atividades do Programa em espaço do centro da capital federal e em regiões periféricas do Distrito Federal, como

[190]AGÊNCIA ESTADO. UnB e UFSC só voltam às aulas em janeiro. Disponível em: https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,unb-e-ufsc-so-voltam-as-aulas-em-janeiro,20011210p34448/ Acesso em: 23 de junho de 2020

Varjão, Planaltina, Fercal e Sobradinho I. O Projeto também realizou ações junto à comunidade no Quilombo do Mesquita, situado na Cidade Ocidental (GO) e no assentamento rural Pequeno Willian - localizado próximo à cidade de Planaltina (DF). Para o Projeto, a relação com outras comunidades permite "nos articular com outros grupos para desafios maiores, como o fim da violência, o combate ao desemprego, etc. Aprendemos a conversar, a decidir e agir coletivamente, ganhamos confiança na nossa capacidade de gerar e viabilizar soluções para nossos problemas, fundamentos para a construção de uma sociedade com identidade e autonomia." (TORO, 1996, p.16).

Partindo do princípio de que "a participação é uma aprendizagem. Se conseguimos hoje nos entender, decidir e agir para alcançar alguma coisa (como a melhoria da escola do bairro), depois seremos capazes de construir e viabilizar soluções para outros problemas" (TORO, 1996, p.15)[2], podemos citar uma atividade na qual ComCom foi um espaço potencializador da liberdade de expressão e produção conjunta de conhecimento. Em 2019, como forma de expandir locais de diálogo e proporcionar oportunidades de fala para comunidade, o espaço da Ralacoco foi utilizado para produção de podcasts permitindo que alunos de diversos cursos, professores e membros da comunidade pudessem gravar os próprios programas e disponibilizar nas várias plataformas existentes. Os produtos tinham como temas educação, antropologia, música, notícias sobre a Universidade, entre outros escolhidos por cada participante.

Tendo como base a ideia de que comunicação comunitária exige a participação ativa do cidadão "como protagonista da gestão e da emissão de conteúdos, propicia a constituição de processos educomunicativos, contribuindo, dessa forma, para o desenvolvimento do exercício da cidadania" (PERUZZO, 2006, p.10), é possível citar o Dissonante[3], uma plataforma de rádio-web que surgiu a partir da necessidade de ampliação da Ralacoco. Nele, é possível qualquer pessoa ou grupo criar sua rádio-web livre. Segundo os criadores do Dissonante, os bacharel em jornalismo Leyberson Lelis e Pedro Arcanjo:

> É uma tentativa de se pensar e de se fazer uma Comunicação que seja livre, horizontal, dialógica e não-hierárquica, possibilitando que comunidades, físicas ou não, apropriem-se da internet e de tecnologias de baixo custo para a ação direta

> na transformação da realidade social do meio em que vivem (PEDROSA, MATOS, 2007).

Um aspecto fundamental do trabalho realizado pelo Programa está relacionado à formação de estudantes de graduação e de pós-graduação que participaram da iniciativa ao longo do tempo. As experiências como saída de campo, debates, pesquisas e trabalho em equipe influenciaram a vida profissional e pessoal de quem fez parte do programa, seja como professores, estudantes, comunidades e atuantes na área da comunicação, contribuindo para a formação de cidadão e profissional. A coordenação do Programa estima que cerca de 1300 universitários de cursos como Comunicação, Medicina, Administração, Contabilidade e Engenharia, dentre outros, participaram da disciplina Comunicação Comunitária e/ou de oficinas ou cursos desenvolvidos pelo Programa desde sua fundação.

Esse diálogo entre os estudantes facilita o contato com a comunidade e o repasse do que se aprende na universidade. Um dos resultados do trabalho desenvolvido por ComCom é o kit audiovisual "Trilhas Sociais" feito ao longo de um ano de oficinas com jovens do ensino fundamental, médio e universitários de agronegócios e ciências naturais do campus da UnB em Planaltina - iniciativa que contou com o apoio do Ministério da Educação (MEC), e fomentado pelo Ministério da Cultura (MinC).

Ao longo dos anos de atuação do programa Comunicação Comunitária, o conhecimento coletivo de demandas locais, debates e construção de estratégias e ideias de comunicação permitiram um vínculo fundamental para o processo de mobilização social e maior interação entre os indivíduos, aspecto que caracteriza um sentimento de pertencimento da comunidade relacionado ao local em que vivem. Baseando-se na ideia de que "o resgate do passado de uma cidade contido nos centros urbanos implica lidar com vários tempos: o da cidade que se vê e a da que não se vê, oculta e esquecida" (PESAVENTO, 2008, p.6), as ações como a criação da websérie "Minha Planaltina"[191], que foi desenvolvida por extensionistas de ComCom, cujo o objetivo era documentar o relato de moradores a respeito do espaço que habitam, possibilitando a valorização e o reconhecimento da comunidade em relação

[191] Webesérie disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=xiffotnPlxU&list=PLNj32Rxs_7WhxhYHfXv3SJK6AkYHxTSP1
PESAVENTO, Sandra Jatahy. História, Memória e Centralidade Urbana. Rev. Mosaico, v.1, n.1, p.6, jan./jun.,2008

à história do local como patrimônio, "entendido como 'coisa nossa', como um bem herdado, portador de um valor identitário e erigido em padrão de reconhecimento para um povo" (PESAVENTO, 2008, p.4).

Aspectos teóricos

Se em vários aspectos o Brasil ainda precisa enfrentar os resquícios de uma sociedade organizada e consolidada a partir de uma desigualdade estrutural, em relação à comunicação não é diferente. O cerne das ações de comunicação comunitária, popular e alternativa está principalmente na contrapartida dessa ordem vigente: que tende à uma hierarquia de comunidades, que põe segmentos da população à margem da participação social e dos espaços de discussão pública e que desconsidera a importância do protagonismo dos indivíduos diante dos processos comunicacionais.

Dentro dessa perspectiva, a experiência do Programa Comunicação Comunitária, ao longo de seus 18 anos de atuação, se relaciona com a necessidade de ampliar espaços de reflexão e de discussão política sobre a intersecção da universidade e sociedade. Além disso, o Programa objetiva adotar práticas de comunicação sob uma perspectiva democrática e plural para a promoção da cidadania, do popular e do coletivo. Princípios como esses são defendidos no pensamento de Peruzzo (2006) quando a autora explica que a comunicação comunitária é um meio de "difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania", para isso facilitando o acesso aos meios de comunicação para exercer o direito à comunicação. Essa noção de emancipação cidadã através da comunicação comunitária conversa com o Programa de Comunicação Comunitária no que diz respeito aos três pilares da universidade: pesquisa, ensino e extensão.

A atuação do Programa envolve alunos, professores, colaboradores e a sociedade civil. Em conjunto, desenvolvem um projeto envolvendo temas relevantes para a comunidade através de meios de comunicação adaptáveis e acessíveis às suas disposições e necessidades encontradas. No projeto, os atores sociais refletem, criticam, questionam e denunciam temas relevantes de suas vivências. De encontro com essas ações, Peruzzo (2006, p.10) afirma que "há que se reconhecer que os meios de comunicação podem contribuir para a educação, não apenas pelos conteúdos que transmitem, mas pelo processo de produção

e difusão de mensagens que propiciam". A autora ressalta as particularidades históricas que fazem da comunicação comunitária uma alternativa para expressão de vivências e necessidades comunicacionais:

> Estar aberta à participação ativa dos cidadãos e suas entidades representativas; as pessoas da própria comunidade se revezam enquanto produtoras e receptoras dos produtos comunicacionais; desenvolvimento do processo de interatividade na comunicação; autogerida pelas entidades representativas da própria comunidade; autonomia e livre de ingerências em relação aos órgãos do governo, grande mídia, partidos políticos e seus afiliados etc.; não tem interesses comerciais; oferece possibilidades ilimitadas de inovação de linguagens e formatos de programas; programação sintonizada com a realidade local; temas de interesse local; dirigida a segmentos específicos da população; alcance limitado em termos de cobertura, audiência ou número de leitores; as ações se desenvolvem em torno de interesses comuns; envolve um processo de aprendizado no exercício da democracia e da cidadania" (PERUZZO, 1998, p.152).

A apropriação dos meios de comunicação de massa para difusão de mensagens relevantes às pautas da comunidade e pela reivindicação de direitos é defendida por Boaventura de Sousa Santos (2007, p. 23) como uma produção científica adaptada culturalmente. Portanto, o Programa Comunicação Comunitária incentiva o uso da comunicação para assegurar o direito de comunicar e ser comunicado, sem depender necessariamente das mídias hegemônicas, visto que, segundo o autor (*idem,* p.23), "experiências muito locais, não muito conhecidas nem legitimadas pelas ciências sociais hegemônicas, são hostilizadas pelos meios de comunicação, e por isso têm permanecido invisíveis, 'desacreditadas'".

Trabalhos como este são especialmente relevantes quando dizem respeito às ações contra hegemônicas, sobretudo em uma sociedade marcada por conflito de interesses. Ressalta-se que, segundo Gramsci (1978) cita que a construção hegemônica é um instrumento fundamental para que se possa aniquilar o pensamento de antagonistas em um dado conflito. Durante a construção da hegemonia, um grupo social dominante pode apropriar-se disso para se manifestar ou dirigir os grupos adversários. Desse modo, o autor explica que " o fato da hegemonia pressupõe indubitavelmente que sejam levados em conta os interesses e as tendências dos grupos sobre os quais a hegemonia será exercida, que se forme um

certo equilíbrio de compromisso" (GRAMSCI, 2000, v.3, p. 48).

Sob a perspectiva de Gramsci (1978), as diversas possibilidades de quebra da ordem hegemônica, tais como a comunicação comunitária, não equivalem à ideia substituição de forças. Não são, portanto, uma nova dominação, mas uma resistência à tradicional hegemonia e a própria ideia de arbítrio. Em seu lugar, essas ações apresentam noções humanizadoras que confrontam a ideia de direção cultural pré-definida, neoliberalismo e a ideologia mercantilista da comunicação. Nesse sentido, cabe ressaltar que o Programa de Comunicação Comunitária, através desse reconhecimento de demandas locais e da construção de estratégias de comunicação democráticas e não-hierárquicas, também promove o sentimento de pertencimento local, de acordo com o contexto em que estão inseridas. Esse vínculo é fundamental ao processo de mobilização social e à interação dos indivíduos, pois gera "um sentimento de reconhecimento e pertencimento capaz de torná-los co-responsáveis (HENRIQUES, 2005, p.23)".

Dentro dessa lógica, a formação sociopolítica de comunicadores comunitários, populares e alternativos, além da contribuição e do incentivo às intervenções sociais são dadas sobretudo nas estratégias de construção coletiva, além de produção simbólica e de construção de sentido. Ações como de ComCom vão de encontro à reflexão acerca dos processos de dominação social, assim como a intencionalidade de uma classe em relação às outras. De acordo com o Gramsci (1978, p. 65), o processo de desconstrução de hegemonia se dá continuamente na deslegitimação desestigmatização entre classes, comunidades e visões de mundo.

Para que se possa falar de uma prática de comunicação comunitária que efetivamente fortaleça os sujeitos enquanto cidadãos plenos, é preciso considerar que apesar das significativas contribuições de diversos coletivos e segmentos da sociedade, ainda há um árduo trabalho pela frente. Isso porque "percorremos um longo caminho, 178 anos de história do esforço para construir o cidadão brasileiro", mas até hoje ainda existe uma "sensação desconfortável de incompletude". Como cita Carvalho (2002, p.219), "os progressos feitos são inegáveis mas foram lentos e não escondem o longo caminho que ainda falta percorrer".

A pesquisa

Para o desenvolvimento deste trabalho, 18 pessoas foram entrevistadas com a intenção de investigar condições e singularidades no que tange à formação sociopolítica e as intervenções possíveis dentro do período de participação em ComCom. As entrevistas ocorreram entre os dias 20 de abril e 03 de maio de 2020 de maneira remota devido à pandemia do novo coronavírus, concluída essa etapa foram feitas as decupagens e classificações das falas dos(as) entrevistados(as) em categorias desenvolvidas a partir das respostas. Por se tratar de entrevista semi estruturada, haviam perguntas pré-estabelecidas mas, no momento da entrevista, poderiam ser elaboradas outras questões que se adequassem melhor aos perfis das(os) entrevistadas(os) visando tornar a pesquisa mais completa.

O perfil dos entrevistados, de acordo com a Figura 01, é constituído principalmente por estudantes que cursaram a disciplina Comunicação Comunitária ofertada semestralmente na Faculdade de Comunicação (FAC) da Universidade de Brasília e por estudantes que atuaram no âmbito da extensão no Programa de Ação Contínua Comunicação Comunitária (ComCom), do mesmo departamento. De maneira mais detalhada: 02 entrevistados se envolveram com ComCom somente por meio da disciplina ofertada, como estudantes; 01 se envolveu somente como extensionista; 01 apenas como professor da disciplina; 01 como multiplicador local; 02 como multiplicadores locais e como comunidade externa; 07 como estudantes da disciplina e extensionistas; 01 como extensionista e pesquisador; 03 como estudantes da disciplina, extensionistas, pesquisadores e posteriormente professores da disciplina. Do total de entrevistados, 16,7% mantém contato com o programa, 50% mantém contato parcial e 33,3% não mantém contato.

Buscando compreender o impacto das experiências em ComCom, foram desenvolvidas perguntas que apontaram para indicativos relacionados ao vínculo com as comunidades de atuação, formação acadêmica e até mesmo exercício da cidadania pois, tratando-se de comunicação comunitária, esta deve ser pensada com base no que Peruzzo (2008, p.2) cita como um desenvolvimento democrático “por grupos subalternos em comunidades, bairros, espaços on-line, por exemplo, segundo seus interesses, necessidades e capacidades.

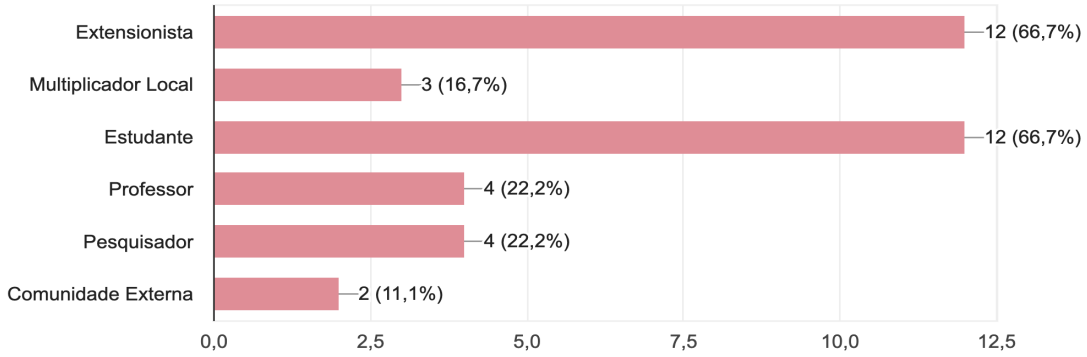


Figura 01. Gráfico com perfil dos entrevistados

É feita pela e para a comunidade." Ou seja, está absolutamente relacionada à concepção de Direito à Comunicação e, na prática, demonstra um caráter cidadão, de pertencimento, autonomia e aprendizado. De maneira geral, os resultados da amostra apontaram para experiências positivas em ComCom quanto às questões colocadas, conforme os dados da Figura 02.

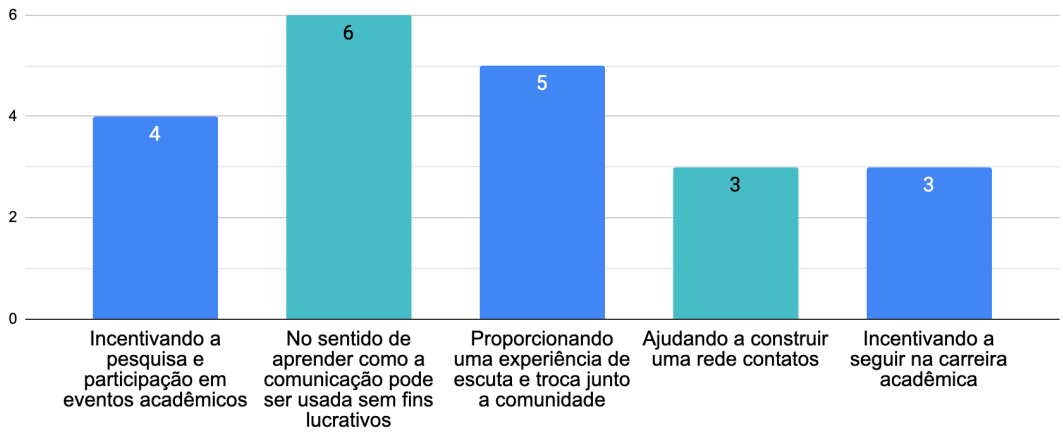


Figura 02. Gráfico "Influência de ComCom na formação acadêmica"

Um total de 16 entrevistados responderam a questão "De que modo ComCom influenciou sua formação acadêmica?" e, de acordo com o gráfico, a maior influência na formação dos participantes se deu no sentido de compreender uma face não mercadológica da comunicação. Esse fato está bastante relacionado à segunda categoria mais presente na fala dos entrevistados, a relação com a comunidade num processo de troca que reforça a comunicação como disponível. Assim é possível perceber um impacto bastante positivo nesse processo, inclusive no incentivo a pesquisa e participação em atividades acadêmicas.

Com relação à comunicação e cidadania, buscou-se compreender de que maneira o período de contato em ComCom influenciou na percepção do grupo, se de alguma forma houve qualquer formação nesse sentido e como a temática foi recebida. Os relatos novamente apontam para uma experiência construtiva, um dos entrevistados chega a dizer que ComCom o ajudou a perceber a comunicação como um direito de todas as pessoas "para que elas pudessem produzir seus próprios conteúdos. A partir daí podemos perceber como essas pessoas podem exercer melhor e com mais intensidade a cidadania delas, registrando momentos e disponibilizando isso da maneira que elas quisessem." 15 participantes da pesquisa responderam uma pergunta relativa a essas questões, desse total 86,7% consideram que o envolvimento com o Projeto influenciou na percepção de comunicação e cidadania. Conforme a Figura 03, esteve bastante presente nas respostas a ideia que tal influência se deu por uma percepção da comunicação a serviço da sociedade, em outras respostas foram identificadas percepções que remetem novamente a um entendimento não mercadológico da Comunicação e de Direito à Comunicação.

As atividades desenvolvidas tanto no âmbito do ensino quanto no da extensão acontecem em associação com comunidades do Distrito Federal (DF), os estudantes e extensionistas se deslocam do ambiente universitário e se relacionam com a sociedade em um processo de escuta e troca de conhecimentos e experiências. Nos dados já apresentados, é possível notar as vantagens desse formato de ação na formação dos participantes, mas também, buscou-se investigar como essa metodología interfere na relação dos mesmos com as comunidades em que atuaram entendendo

questões de territorialidade e patrimônio histórico, natural e cultural do DF.

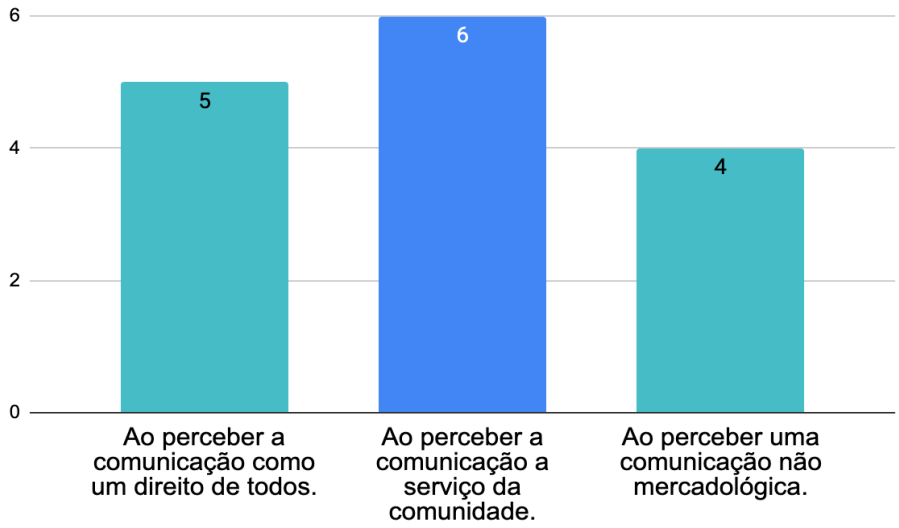


Figura 03. Gráfico "Influência de ComCom na percepção sobre Comunicação e Cidadania"

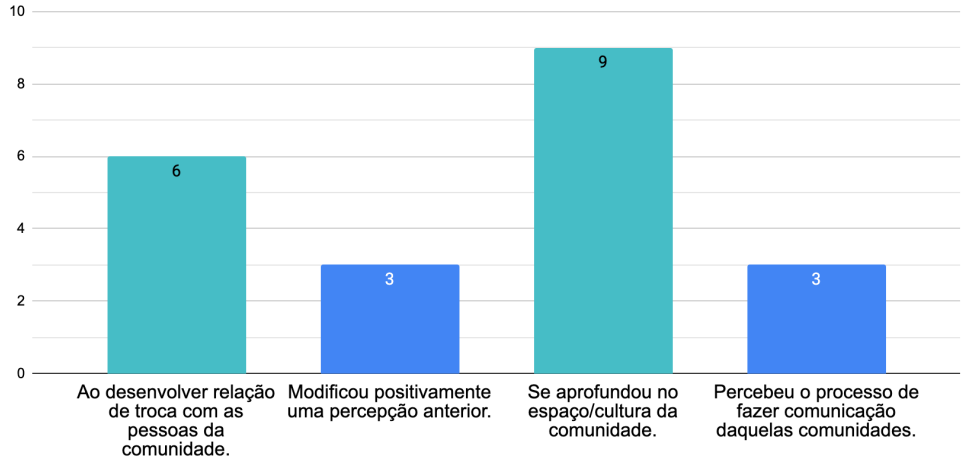


Figura 04. Gráfico "Percepção acerca das comunidades em que atuou"

A Figura 04 demonstra o que os entrevistados consideraram relevante ao se aproximar de uma comunidade nas atividades do Projeto, essa questão foi respondida por quinze participantes e dentre as respostas é notável a construção de uma relação com o espaço e cultura da comunidade, três respostas ainda remetem a uma mudança de percepção positiva desses territórios que, na mídia tradicional, não é incomum uma representação meramente negativa ligada a falta de infraestrutura, criminalidade etc. Assim se observa a importância de conhecer e se relacionar com as lideranças e população local, reconhecendo o valor desse patrimônio cultural, natural e histórico de cada comunidade. Uma das multiplicadoras locais que hoje integram o Projeto, Priscila do Carmo, comenta sobre a relação de ComCom com o território em que atua: "Eu sinto que eu posso ser muito próxima de ComCom, para poder contribuir e acompanhar o conhecimento dos alunos, seja para desenvolver um projeto de pesquisa ou ser articuladora de maneira que eles possam interagir com a comunidade de fato, e viver a comunicação comunitária em um território que eles desconhecem, isso me chama muito a atenção em ComCom."

Levando em consideração que a Comunicação Comunitária se caracteriza por um processo de comunicação baseado em princípios públicos, sem fins lucrativos e propicia a participação ativa da população, ComCom viabilizou a discussão acerca do espaço público democratizando a construção e o acesso às informações também, dando oportunidade de diálogo entre a universidade e a comunidade. Durante a entrevista, uma das extensionistas de ComCom Erika Meier explica que “não estamos falando apenas com os alunos da UnB, estamos falando para todos. A produção facilitou o acesso. Estou acompanhando o trabalho da Fercal e vejo que a turma, tanto da extensão quanto da disciplina, se envolve na construção das informações, viabilizando diversos debates”. Outro participante da pesquisa, Marcelo Arruda que também esteve envolvido com o começo da Ralacoco, diz que em ComCom o estudante “começa a pegar um conhecimento que está na comunidade e um conhecimento que está na universidade e em algumas empresas, você faz esses conhecimentos dialogarem entre si e buscarem ver quais são as suas sínteses e conseguir essas sínteses. Ela contribui para essas discussões, para facilitar para que as pessoas, que estão fora da universidade, que

tem um conhecimento diferente, ajudem a resolver questões e discutir temas que são pertinentes na sociedade"

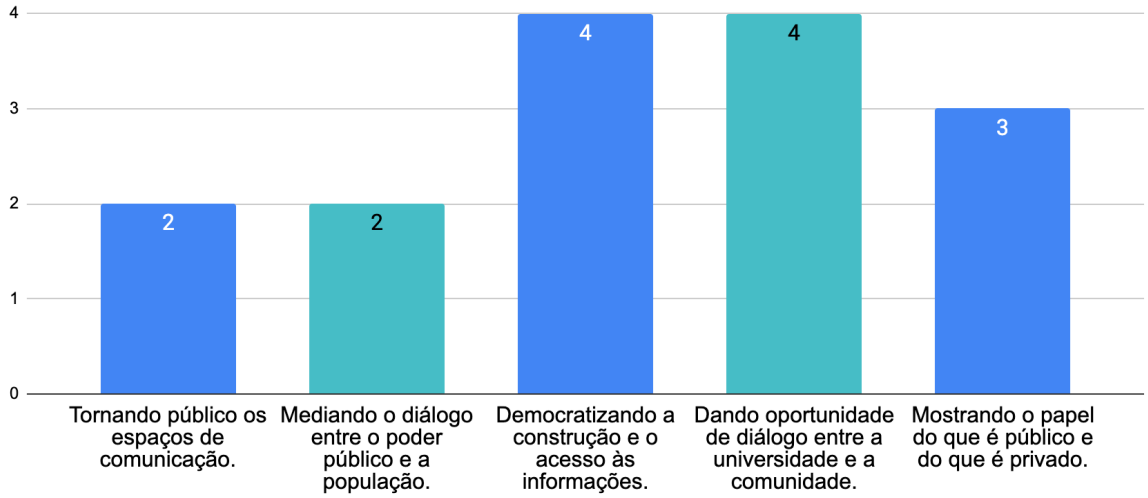


Figura 05. Gráfico "Como ações de ComCom viabilizam discussões sobre questões públicas e privadas?"

Perguntado de que modo os meios de comunicação, tais como rádio, jornal, TV são capazes de trabalhar em prol da ampliação e manutenção de direitos, 10 entrevistados informaram que se informam sobre os direitos. Para o Anderson Lopes, ex-extensionista, as pessoas precisam saber (ser informadas), mas também precisam ser formadas nessa questão, tendo a noção dos direitos e saber que eles precisam ser preservados. Para Leilane Gama, ex-extensionista, se você usa esses meios (digitais) para dar instruções de como proceder em cada situação, quando você orienta e fala que isso é um direito da população, isso acontece através dos meios de comunicação.

Contudo no artigo “Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas”, a autora traz uma reflexão sobre a comunicação e os meios de comunicação e no Brasil, os movimentos sociais usam meios próprios de comunicação pelo cerceamento à sua liberdade de expressão por meio da grande mídia. O processo que vai do panfleto ao

jornalzinho, blog ao website na internet, do megafone ao alto-falante, a rádio comunitária, slide, vídeo, evidencia o exercício concreto do direito à comunicação como mecanismo facilitador das lutas pela conquista de direitos à cidadania. E através do empoderamento da comunidade gera uma dinâmica de mobilização e organização popular.

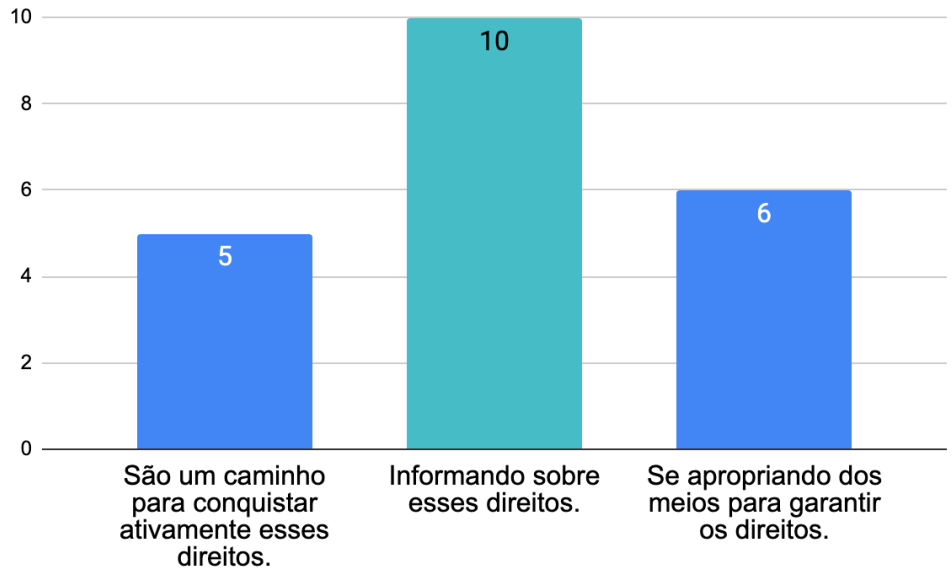


Figura 06. Gráfico "Modo dos meios de comunicação trabalharem em prol da manutenção e ampliação de direitos"

Considerações finais

O Programa de Ação Contínua Comunicação Comunitária (ComCom) atuou diretamente na formação sociopolítica dos atores envolvidos nos projetos de ensino, pesquisa e extensão. Ao longo desses 18 anos, ComCom contribuiu para ações de intervenção social, envolvendo a sociedade e a universidade, através da promoção de uma comunicação dialógica, democrática, linear e não-hierárquica. Além disso, o senso de pertencimento foi explorado em cada uma das comunidades trabalhadas, reforçando conceitos de cidadania, direitos humanos e alteridade. As entrevistas semi-estruturadas, concedidas por sujeitos envolvidos no Programa em diferentes épocas desde sua criação, confirmam esse discurso comunitário de ComCom que, segundo Yamamoto (2008, p.14), “é articulado para

recuperar identidades", neste caso, das comunidades locais.

Contudo, este trabalho apresenta apenas um dos múltiplos olhares sobre o trabalho desenvolvido por ComCom e por iniciativas de comunicação comunitária semelhantes. Da mesma forma, o recorte temporal permite uma avaliação específica de um período, o que sugere o desenvolvimento de trabalhos a partir de outros recortes, programas, atores, perspectivas e objetivos. Além disso, também é preciso que o fortalecimento das ações seja contínuo e coletivo, pois somente assim os resultados de formação sociopolítica contribuirão para uma educação efetivamente emancipadora, fomentando assim as intervenções sociais necessárias. Por fim, as questões trazidas pelas entrevistas e análise reforçam a importância do incentivo às comunicações comunitárias (plurais) e, sobretudo, à educação.

Referências:

CARVALHO, José Murilo de. A Cidadania no Brasil: o longo caminho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. 236 p.

GRAMSCI, Antônio. *Obras escolhidas.* São Paulo: Martins Fontes, 1978.

GRAMSCI, Antonio. *Maquiavel. Notas sobre o Estado e a política. Cadernos do cárcere*, v. 3, p. 36-46, 2000.

HENRIQUES, Márcio Simeone*. Comunicação e Estratégias de Mobilização Social.* Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

PAULINO, Fernando Oliveira, MENDES, Juliana Soares, PEDROSA, Leyberson Lelis. *Comunicação Comunitária para a promoção da saúde e da cultura.* Actas de Saúde Coletiva, vol. 3, n.1, p. 56-63, jan./mar. 2009.

PEDROSA, Leyberson Lelis Chaves; MATOS, Pedro Arcanjo. *Projeto Dissonante: faça-rádio-web-você-mesmo: uma experiência de comunicação livre. 2007.* 107 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social)-Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. História, Memória e Centralidade Urbana. Rev. Mosaico, v.1, n.1, p.3-12, jan./jun.,2008

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. *Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária [Trabalho apresentado no INTERCOM – 2006]* Brasília: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. *Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas.* Fronteiras –

Estudos Midiáticos, [S.L.], v. 11, n. 1, p. 33-44, 30 abr. 2009. UNISINOS - Universidade do Vale do Rio Dos Sinos.

Revista de Jornalismo Científico e Cultural da Universidade de Brasília. Nas Ondas da Cidadania. p. 52, Nº 23, 2019. Disponível em: <http://www.revistadarcy.unb.br/images/PDF/darcy23.pdf

SANTOS, Boaventura de Sousa. *Renovar a Teoria Crítica e Reinventar a Emancipação Social.* tradução Mouzar Benedito. São Paulo: Boitempo, 2007.

TORO, Bernardo. *Comunicação e mobilização social.* Brasília: Editora UnB, 1997.

TORO, J. B.; WERNECK, N.M.D. *Mobilização Social: um modo de construir a democracia e a participação.* Brasil: UNICEF, 1996. Disponível em: <http://comcom.fac.unb.br/images/docs/mobilizacao-social-bernardo-toro-e-nisia-maria-duarte-werneck.pdf>. Acesso em: 1 jun. 2020

YAMAMOTO, Eduardo Yuji. *O discurso comunitário: comunidade, sociedade e comunicação.* [trabalho apresentado no INTERCOM – 2007] Santos: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007.

Percepción de la gráfica chicha en estudiantes universitarios de Ciencias de la Comunicación de la UNCP

Percepção da chicha gráfica em estudantes universitários de Ciências da Comunicação da UNCP

Perception of the graphic chicha in university students of Ciencias de la Comunicación of the UNCP

Jhony Raúl Carhuallanqui Carhuamaca[192]

Jorge Yoel Jaime Valdez[193]

Robhert James Pimentel Sulca[194]

Resumen: Investigación de enfoque cualitativo y nivel descriptivo. Su objetivo es determinar la percepción de los estudiantes universitarios de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Centro del Perú sobre la gráfica chicha, un componente social importante en la vida cultural y formativa. Se empleó como instrumento una encuesta de 20 preguntas, la misma que fue validad a través del ítem test (> 0.20) y confiabilizada por el Alfa de Crombach (0,922), la cual evalúa cuatro dimensiones: Tipografía (letra), Espacios y composición, Color e Identidad. Se concluye que los estudiantes universitarios de la facultad de Ciencias de la Comunicación, sobre la gráfica chicha, tienen una la percepción general positiva en cuanto no se limita a estilos formales o composiciones de influencia europea, sino, usan un color estridente y crea una nueva identidad integrando lo andino, así mismo predomina en las mujeres la percepción positiva, también se establece que la percepción es positiva en los semestres superiores (VI-X) y

[192] Jhony Raúl Carhuallanqui Carhuamaca. Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP), Maestro en Comunicación para el Desarrollo, Perú, jcarhuallanqui@uncp.edu.pe

[193] Jorge Yoel Jaime Valdez. Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP), Maestro en Comunicación para el Desarrollo, Perú, jjaime@uncp.edu.pe

[194] Robhert James Pimentel Sulca. Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP), Maestro en Identidad Corporativa, Perú, rjpimentel@uncp.edu.pe

que la dimensión de Tipografía y Color son positivas, mientras que la dimensión Espacios - composición e Identidad son neutrales.

Palabras Clave: Gráfica chicha, Tipografía, Identidad

Abstract: Qualitative approach research and descriptive level. Its objective is to determine the perception of the university students of the Faculty of Communication Sciences of the National University of the Center of Peru about chicha graphics, an important social component in cultural and educational life. A survey of 20 questions was used as an instrument, which was valid through the test item (> 0.20) and made reliable by Crombach's Alpha (0.922), which assesses four dimensions: Typography (letter), Spaces and composition, Color and Identity. It is concluded that university students from the Faculty of Communication Sciences, regarding chicha graphics, have a positive general perception insofar as it is not limited to formal styles or compositions of European influence, but rather, they use a strident color and create a new identity integrating the Andean, likewise the positive perception predominates in women, it is also established that the perception is positive in the upper semesters (VI-X) and that the dimension of Typography and Color are positive, while the dimension Spaces - composition and Identity are neutral.

Key words: Chicha graphics, Typography, Identity

Tema central

Es difícil conceptualizar lo “chicha”, algunos lo vinculan a la informalidad o ilegalidad, otros al sensacionalismo y algunos al emprendimiento, pero nadie puede negar que se ha convertido en un símbolo de peruanidad, es por ello que es importante conocer la percepción de los estudiantes universitarios, específicamente de los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación, pues de una u otra manera está vinculada a su formación y producción profesional.

Mendivil & Spencer (s/f) nos señalan que la estética chicha surge “como parte de una producción gráfica artesanal con el único propósito de alentar a las personas a asistir a conciertos de chicha” y que “más tarde se convirtieron en expresiones representativas de una estética subalterna”.

Por ello, hay que reconocer que de alguna manera es un concepto cargado aún de prejuicios, ya que para algunos representa a

una cultura marginal, que buscan integrarse a una sociedad donde las formas son más importantes que los contenidos y desconoce la realidad social que ella construye, pues la sienten invasiva: La Lima tradicional se ve ocupada por una forma gráfica de tono y color andino estrambótico que termina sometiéndola y erigiéndose como un elemento cultural distintivo. Quispe (2004), señala que lamentablemente lo que se ha privilegiado es el aspecto negativo vinculado a lo "mal hecho" que es el que se suele exhibir para negarse a una aceptación plena.

Como lo señala Aliaga & Esteves (2016), "La Cultura chicha, al ser una mezcla de todas las culturas en la ciudad, tiene una fuerte carga de lo andino pero adaptado a la cultura urbana", y es esa mezcla la que la hace particular, pues genera un tipo de cultura híbrida, que es, en cierta medida, una característica del mundo global, que no sólo implica compartir culturas en puntos cardinales distantes, sino, también dentro de un país: costa y sierra.

Para algunos es una moda o una tendencia, aprovechada por empresas, para otros, una realidad cultural producto de la interculturalidad y que no pasará, se instituirá. De allí la importancia de analizarla.

Objetivos

Determinar cuál es la percepción de la gráfica chica en estudiantes universitarios de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

Cuál es la percepción de la gráfica chica en estudiantes universitarios de la carrera de Ciencias de la Comunicación entre varones y mujeres.

Cuál es la percepción de la gráfica chica en estudiantes universitarios de la carrera de Ciencias de la Comunicación por grupo formativo (del I al V semestre y del VI a X semestre)

Cuál es la percepción de la gráfica chica en estudiantes universitarios de la carrera de Ciencias de la Comunicación respecto a las dimensiones: tipografía, espacios y composición, color e identidad

Metodología

Se trata de una investigación de enfoque cuantitativo, tipo básico y nivel descriptivo. Es de diseño descriptivo comparativo.

La población la integraron los 376 estudiantes matriculaos en el semestre académico 2020-I de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Centro del Perú. Del total, 170 son varones y 206 son mujeres.

La muestra, corresponde a 190 estudiantes, de los cuales 86 son varones y 104 son mujeres, los mismos que constituyen una muestra probabilística.

La variable es la Percepción de la gráfica chicha, de la cual se analizan cuatro dimensiones: Tipografía (letra), Espacios y composición, Color e Identidad, fundamentado en Morón (2012), a la par de trabajos como Aliaga & Esteves (2016), Espezúa (2008) y Neyra (2018).

El instrumento es una encuesta sobre la Percepción de la gráfica chicha en estudiantes universitarios (2020). Es un instrumento elaborado por los investigadores que explora 4 dimensiones a través de 20 preguntas que en una escala de *Likert* modificada nos dará como resultado una percepción positiva, neutral o negativa. La Validez se determinó a través del *ítem test* (> 0.20) y confiabilidad por el *Alfa de Crombach* (0,922). Para la interpretación se emplea un rango que comprende la percepción negativa (de 20 – 33), neutral (24-47) y positiva (48 – 60).

Respecto a las dimensiones derivadas de la literatura analizada se señalan en Tipografía (letra), Atracción visual, Geométrica, Forma, Diseño; en Espacios y composición, Espacios, Proporción, Elementos gráficos, Composición, Producción (serigrafía), El tamaño (letra - imagen); en Color, Los colores fosforescentes, Los colores raros, Los colores estridentes; en Identidad, Empatía, Uso Institucional, Representación, Uso personal, Integración, Interés por aprender, Defensa y promoción.

Resultados

	fi	%
Percepción gráfica chicha positiva	95	50%
Percepción gráfica chicha neutral	82	43%
Percepción gráfica chicha negativa	13	7%
Total	190	100%

Tabla 1: Análisis descriptivo de la variable percepción gráfica chicha en general. Fuente: Archivo Excel del investigador

En la tabla se puede observar que en forma general los resultados de la

percepción gráfica chicha, el 50% de los estudiantes se encuentran en el nivel positivo.

	Masculino		Femenino	
	fi	%	fi	%
Percepción gráfica chicha positiva	39	45%	57	55%
Percepción gráfica chicha neutral	36	42%	45	43%
Percepción gráfica chicha negativa	11	13%	2	2%
Total	86	100%	104	100%

Tabla 2: Análisis descriptivo de la variable percepción gráfica chicha según sexo. Fuente: Archivo Excel del investigador

En la tabla se puede apreciar la percepción según el sexo, claramente se observa que en el nivel positivo se concentra el mayor porcentaje de estudiantes tanto varones y mujeres 45% y 55% respectivamente

	I-V		VI-X	
	fi	%	fi	%
Percepción gráfica chicha positiva	48	49%	47	51%
Percepción gráfica chicha neutral	41	42%	41	45%
Percepción gráfica chicha negativa	9	9%	4	4%
Total	98	100%	92	100%

Tabla 3: Análisis descriptivo de la variable percepción gráfica chicha del I-V y VI-X. Fuente: Archivo Excel del investigador

En la tabla se observa que exıste una percepcıón positiva en ambos, pero mayor con los estudiantes de semestres superiores (VI-X) respecto a los inferiores (I-V)

	fi	%
Percepción tipográfica positiva	105	55%

Percepción tipográfica neutral	65	34%
Percepción tipográfica negativa	20	11%
Total	190	100%

Tabla 4: Análisis descriptivo de la dimensión tipografia. Fuente: Archivo Excel del investigador

En la tabla se puede apreciar que más del 50% de los estudiantes se encuentran en el nivel positivo respecto a esta dimensión, es decir para ellos el tipo de letra empleado en los carteles chicha les parecen muy atractivos y simpáticos.

	fi	%
Percepción de los espacios y composición positivo	72	38%
Percepción de los espacios y composición neutral	96	51%
Percepción de los espacios y composición negativo	22	11%
Total	190	100%

Tabla 5: Análisis descriptivo de la dimensión espacios y composición. Fuente: Archivo Excel del investigador

En la tabla se puede apreciar que el 38% de los estudiantes que conformaron la muestra de estudio se encuentran en el nivel positivo frente a esta dimensión, es decir ellos mencionaron que en su composición los carteles chicha ocupan todos los espacios y eso es muy agradable.

	fi	%
Percepción del color positivo	89	47%
Percepción del color neutral	74	39%
Percepción del color negativo	27	14%
Total	190	100%

Tabla 6: Análisis descriptivo de la dimensión color. Fuente: Archivo Excel del investigador

En la tabla se puede apreciar que el 47% de los estudiantes se encuentran en el nivel positivo respecto a esta dimensión, es decir ellos mencionaron que los colores

fosforescentes de los carteles chicha los distinguen de cualquier otro, por eso son muy especiales.

	fi	%
Percepción de la identidad positivo	73	39%
Percepción de la identidad neutral	90	47%
Percepción de la identidad negativo	27	14%
Total	190	100%

Tabla 7: Análisis descriptivo de la dimensión identidade. Fuente: Archivo Excel del investigador

En la tabla se observa que el 38% de los estudiantes se encuentran en el nivel positivo frente a esta dimensión, es decir ellos mencionaron que el contenido en la gráfica chicha es muy empático y crea una ıdentıdad y busca acercar lo andıno para ıntegrarlo a la urbe.

Comprobación de las hipótesis: Hipótesis general

La percepción de la gráfica chicha en estudiantes universitarios de la facultad de Ciencias de la Comunicación es positiva en más del 50%.

Hipótesis de trabajo o estadísticas

Ho : La percepción de la gráfica chicha en estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias de la Comunicación no es positiva en más del 50%.

$\rho < 0{,}05$

H1 : La percepción de la gráfica chicha en estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias de la Comunicación es positiva en más del 50%.

$\rho > 0{,}05$

Cálculo de la Chi Cuadrada

Se trabajó con un nivel de confianza del 95% para la prueba de hipótesis. La prueba Chi Cuadrada por ser una prueba no paramétrica, óptimo para este tipo de análisis, se utilizó el software SPSS-22, obteniéndose los siguientes resultados.

Estadísticos de contraste de la Hipótesis	
	Percepción gráfica chicha de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Chi-cuadrado	4,66
gl	1
Sig. asintót.	,000
a. 0 casillas (0,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 3. La frecuencia de casilla esperada mínima es 4,15.	

Tabla 8: Percepción gráfica chicha de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Fuente: Archivo Excel del investigador

De la tabla de la comprobación de la hipótesis se infiere que al 95% de confianza y obteniéndose la Sig = 0,00 sien este menor que 0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, afirmando que: La percepción de la gráfica chicha en estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias de la Comunicación es positiva en más del 50%.

Reflexiones y discusión

Quispe (1988) nos refiere algo importante sobre el fenómeno chicha: "ha despertado un inusitado interés, no solo de cultores y detractores también de la intelectualidad, de estudiosos de la cultura..." porque es un fenómeno social que ha pasado de la penumbra y negación a formar parte de la vida cotidiana y convertirse así en un símbolo de identidad peruana que une el arte andino con la urbe criolla concentrada en Lima.

Para muchos el origen se halla en la migración obligada producto de la violencia política, la idea de estar protegidos en Lima y la frialdad de esta ciudad los obligó a ramificarse en los llamados "Conos". Su vida invadió los escenarios de la capital con la música primero y al parecer con la gráfica en segundo lugar, por ello es difícil separar estos dos escenarios, por eso, Mendivil, J. & Spencer C. (s/f) señalan que "Otra forma en que la chicha se expandió por toda la sociedad fue a través de sus formas estéticas, con los colores brillantes y los diseños de sus carteles", carteles que justamente servían para anunciar las fiestas chichas. Pero no toda fusión lleva la misma

connotación, así es ilógico hablar de una comida chicha. En una primera etapa, esta migración, que incluía sus elementos culturales que debían adaptarse al nuevo contexto, no fueron bien aceptadas, así Montero (s/f) señala algo importante que encierra una discriminación innegable, "Lima tradicional lo rechazó asociándolo con la marginalidad, los serranos y el mal gusto".

Quispe (1988) señalaba que

> hablar de chicha es aludir inmediatamente a un sector de la sociedad que la hizo suya. Es tomado como sinónimo de sectores populares, de pueblos Jóvenes, de barriadas, en la medida de ser ellos los encargados de producirla y consumirla.

La percepción general de los estudiantes universitarios de la facultad de Ciencias de la Comunicación sobre la gráfica chicha es positiva en un 50%, neutral en un 43% y negativa en 7%, situación adversa a la esperada, pues al ser un símbolo de fusión originario andino y estableciendo la investigación en una ciudad del ande, se presumía una percepción positiva de al menos 80%, sin embargo, este índice de rechazo que suponíamos nulo, está asociado al hecho de vincular aún lo chicha a algo negativo, como refiere Quispe (Mayo de 2004), "la aparición del significado negativo de la chicha se debió a la asociación del término con lo que acontecía en el ambiente chichero: con sus fiestas, que más de las veces terminaban en pleitos", dentro de lo que ella llama el "mundo chichero", refiere que está integrado principalmente por jóvenes de posición económica baja y proveniente de sectores populares caracterizados por ser migrantes del ande, llamados los "nuevos limeños", situación que parece acompañar también a la gráfica Chica.

Las personas de género femenino son las que tienen mayor percepción positiva a la gráfica chicha (55%) y son las que menor percepción negativa tienen (2%), esto debido a su apego más manifiesto al arte y el color.

El estudio determina que, de las cuatro dimensiones analizadas, predomina en la Tipografía (55%) y Color (47%) la percepción positiva, mientras que la neutral predomina en los Espacios y Composición (51%) e Identidad (47%), no existe la preponderancia negativa en ninguna dimensión.

La tipografía, referida al texto empleado en los carteles chicha son diferentes al no tener una forma geométrica definida, ni tampoco un estilo pre establecido sobre sus dimensiones, contornos, remates de letra, esto lo hacen atractivos y simpáticos, esto

debido a que no se emplea un molde para ellos pues se realizan de manera artesanal a través del serigrafiado, por ello, cada cartel es en sí, una pieza única.

Para Moles (1990) la escritura manual es un manifiesto de libertad, el trazo libre confiere una particularidad por los movimientos de hombro, brazo, mano y dedos que incluye la "espontaneidad como valor estético y creativo".

Morón (2012) establece que la letra "le confiere al lenguaje su aspecto visible a través de la representación gráfica de la palabra" y que, en el caso de la gráfica chicha, le da una connotación, un sentido, y un valor decorativo. Añade además que "En las calles limeñas, la letra es una manifestación de la expresión verbal y estética de la cultura popular, sin los rasgos estilísticos y compositivos académicos".

Otero (2018), analizando a los diarios y sus titulares chicha, nos refiere que la tipografía empleada es peculiar, que resalta en la composición, pues busca "hacerse notar" y señala un valor adicional, el uso de jergas para conectarse con el público. Señala que lo chicha siempre resalta y emula los carteles para conciertos chicha.

La composición no sigue unas reglas de proporción estrictas, la proporción entre las letras e imágenes en los carteles chicha no son estandarizados, es espontánea, no tiene plantillas, sin embargo, se caracterizan por llenar todos los espacios, como en los bordados de los fustanes, como señala Aliaga & Esteves (2016), citando a Catedra Yantorno (2017), "Las composiciones chicha son caóticas, es decir, lo que les importa es transmitir la mayor cantidad posible de información, la cual está acompañada con mucho decorado a lo que se define como "horror al vacío".

Como señala Morón (2012), "El diseño ha sido desde siempre una manifestación fiel del sentir de una cultura, expresando y comunicando ideas, pensamientos, acciones, conocimientos y creencias".

Lo popular, entendido como una suerte de resistencia a lo hegemónico sobrevivió, y se ha adaptado y promocionado a través del diseño gráfico, a tal punto que Morón (2012) habla de la gráfica popular, que no es otro, que la gráfica chicha como un elemento cultural complejo, que no usa patrones establecidos. Según Wong, citado por Morón (2012), "El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los

sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas"

Otra particularidad son los colores fosforescentes, diferenciados y distinguidos desde lejos, estos colores estridentes transmiten mejor el mensaje que intentan comunicar. Aliaga & Esteves (2016), nos dice que "la estrategia es simple, fondo negro con colores fosforescentes que resalten el contenido y sean fácilmente destacables en cualquier escenario". Mendivil, J. & Spencer C. (2015) señalan que "Desde principios de la década de 1970, este estilo de publicidad de conciertos de chicha, con letras y colores fosforescentes, fue muy criticado y rechazado de acuerdo con las reglas estéticas hegemónicas de las clases medias y altas de Lima", unas reglas estéticas enmarcadas en lo europeo. Lo curioso es que ahora está intromisión cultural se exhibe en galerías de Europa como un aporte original a la cultura.

Vela (2013), indica que "en la estética de la publicidad popular se utiliza con mayor frecuencia los colores del arte andino: verde, naranja, amarillo y fucsia, además de las diferentes mezclas que se derivan de todos ellos". Los colores fosforescentes en los que se presentan crean un gran impacto visual acompañados de una sensación de alegría o jolgorio. Es necesario advertir que estos colores son intencionales

Neyra (2016) señala que "si la paleta [de colores] preferida de la élite tiende a usar colores pastel, pálidos o no brillantes, más oscuros, la aparición de Chicha trajo una explosión de una paleta brillante similar a un arcoíris". Además nos explican que lo chicha tiene que ver con los carteles para los conciertos, pero también para caracterizar la vestimenta de estos intérpretes, señala "La influencia de las Primeras Naciones Andinas es evidente, particularmente si uno mira los textiles de los pueblos andinos".

Para Farina (1990), "El color impresiona la vista, transmite emociones y construye un lenguaje que comunica una idea", así como en la gráfica chicha "el color ya no está vinculado a la representación figurativa, su objetivo principal es captar la atención" (Morón, 2012).

La gráfica chica es una nueva identidad creada por la fusión de lo andino y lo urbano, aunque fue marginada en sus inicios, hoy forma parte de la realidad y el contexto. Busca ser empático y asociarse con el emprendimiento y la diversidad.

Córdova, & Duran (2010) haciendo referencia al libro Bueno Bonito y Barato I, rescatan lo chicha, "es quizás la base de un

nuevo mestizaje y la creación de una verdadera nación peruana". Uno de los problemas más graves que tiene el país es justamente la carencia de una identidad que sea aceptada y compartida por las diferentes naciones o grupos culturales que la integran, es un "espejo roto" que se une con elementos no planificados ni conducidos como el caso del fútbol, pues cuando juega la selección peruana, los regionalismo se expanden y se piensa en algo mayor, el Perú. La gráfica chica va en ese camino.

La importancia de lo referido radica en la idea de crear una nueva nación integrada de la diversidad cultural que la caracteriza, es decir, que lo chicha podría convertirse en un elemento de identidad peruana. "La fusión de lo andino con lo citadino da lugar a una nueva identidad, que no es provinciana ni urbana, es el resultado de ambas" (Morón 2012).

Espezúa (2008) caracteriza a la persona que desarrolla este nuevo tipo de cultura y señala que "El chicha sabe que la única forma de preservar sus costumbres o tradiciones es integrarlas a la modernidad de manera original y auténtica.

Finalmente, como señala Morón (2012),

> Hablar de identidad cultural desde la creación gráfica es asumir que somos parte de un grupo humano que comparte un pasado, una memoria colectiva, la cual hay que (re)conocer y valorar para saber quiénes somos y construir una identidad a futuro.

Conclusiones

La percepción general de los estudiantes universitarios de la facultad de Ciencias de la Comunicación respecto a la gráfica chicha es positiva en cuanto no se limita a estilos formales, o composiciones de influencia europea, usa un color estridente, y crea una nueva identidad integrando lo andino.

La percepción de los estudiantes universitarios de la facultad de Ciencias de la Comunicación respecto a la gráfica chicha es mayoritariamente positiva en las mujeres y mayoritariamente negativa en los varones por el valor estético que representa y la vinculación a los bordados y colores.

La percepción de los estudiantes universitarios de la facultad de Ciencias de la Comunicación respecto a la gráfica chicha es positiva en los semestres superiores (VI – X) respecto a los inferiores (I - V), pues en los primeros constituye un campo expresivo dentro de sus productos audiovisuales o gráficos propios de semestres avanzados.

La percepción de los estudiantes universitarios de la facultad de Ciencias de la Comunicación respecto a la dimensión tipografía

es positiva pues no son geométricas y no tienen plantillas volviéndolas únicas.

La percepción de los estudiantes universitarios de la facultad de Ciencias de la Comunicación respecto a la dimensión espacios y composición es neutral en cuanto pues el "horror al vacío" satura la visibilidad y jerarquización de sus componentes.

La percepción de los estudiantes universitarios de la facultad de Ciencias de la Comunicación respecto a la dimensión color es positiva pues los colores fosforescentes captan inmediatamente la atención de las personas y es fácil comunicar algo.

La percepción de los estudiantes universitarios de la facultad de Ciencias de la Comunicación respecto a la dimensión identidad es neutral en cuanto aún existen prejuicios que lo asocian a lo negativo y resaltan la discriminación entre la costa y la sierra.

Referencias

Aliaga Camacho, R. A. & Esteves Vasquez, K. J. (2016). *Propuesta de modelo de negocio de un food truck de venta de desayunos en una Universidad Privada de Chiclayo, 2016.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Chiclayo, Perú

Córdova Rodríguez, M. M. & Duran Bonilla, G. J. (2010). *Influencia del marketing estratégico de las empresas en la reafirmación de la identidad local del sector consumidor joven*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP). Perú

Espezúa Salmón, D. (2008) *Perú Chicha. Migraciones*. Recuperado de http://migraciones-migraciones.blogspot.com/2008/06/cultura-chicha-dorian-espeza-salmn.html

Mendivil, J. & Spencer C. (2015) *Made in Latin America: Studies in Popular Music*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=wS5ACwAAQBAJ&pg=PT217&lpg=PT217&dq=chicha+aesthetics&source=bl&ots=2a6yXRgOPM&sig=ACfU3U18t-5WPsbG9FBkantDVavRJveGxA&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjJltPcqvfjAhWNuVkKHaQEDpoQ6AEwDXoECAIQAQ#v=onepage&q&f=false

Moles, A. (1990) *Grafismo funcional*. Barcelona: CEAC.

Montero Diaz, R. F. (s/f) *Fusion as inclusion: A Lima upper-class delusion?* (Tesis de Doctorado). University of London. Inglaterra

Morón Donayre, J. (2012) *Signos de identidad: de la gráfica popular limeña a la identidad gráfica peruana.* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)

Neyra, E. (2016) *Peruvian Chicha Phenomenon and the Subversion of Taste. Arts in the changing America*. Instituto de Artes de California. Recuperado. de https://artsinachangingamerica.org/peruvian-chicha-phenomenon-subversiondecolonization-taste/

Otero Luque, F. (2018). *The chicha culture: Between ethno-sway and ethno-boomerang: Peruvian subaltern's strategies of resistance and cultural singularity. Argus-a. Artes & Humanidades*. Vol VII Ed. Nº 27

Quispe Lázaro, A. M. (1988*) La Música Chicha: ¿Expresión de una cultura e identidad popular en formación?* (Bachiller). Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Lima, Perú.

Quispe Lázaro, A. M. (2004) La cultura Chicha en el Perú. *Construyendo nuestra interculturalidad* (Revista cultural electrónica). Año 1, Número 1, 1-7. Lima, Perú.

Vela Chacaliaza, N (2013) *La publicidad popular de Lima y su rol en el desarrollo publicitario de una marca popular* (Actas de diseño Nº15). Vol. 15. Buenos Aires. Argentina.

Museos comunitarios en Argentina: patrimonialización, culturas y organización comunitaria

Museus comunitários na Argentina: patrimônio, culturas e organização comunitária

Community museums in Argentina: heritage, cultures and community organization

Mirta Amati[195]

Resumen: El trabajo aborda museos comunitarios en Argentina y América Latina. Las propuestas y concepciones de "comunicación con la comunidad" indican una conciencia institucional sobre "el valor de lo comunitario" en los museos actuales.

Palabras Clave: museos comunitarios, autoridad compartida, estudio de casos.

Abstract*:* The paper approach community museums in Argentina and Latin America. The proposals and conceptions of "communication with the community" indicate an institutional awareness about "the value of the community" in current museums.

Key words: community museums, shared authority, case studies

Aquí y ahora

Los museos han tenido una historia particular según sus orígenes y las instituciones o grupos que los administran. Más allá de su pertenencia a los estados nacionales, las instituciones científicas o los grupos sociocomunitarios, en la actualidad, nadie duda de considerarlos como medios de comunicación. Dentro del campo de la comunicación, las disciplinas y perspectivas que se abocan a su estudio o intervención son diversas, una de ellas es la comunicación comunitaria, tema al que se aboca este GT. En esta presentación nos proponemos como

[195] Mirta Amati, Carrera de Cs. de la Comunicación-UBA, Investigadora Asociada a la CIC (Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires)- UNAJ (Universidad Nacional Arturo Jauretche), Argentina (amati.mirta@gmail.com) Argentina.

objetivos caracterizar la historia y las propuestas de museos comunitarios en Argentina (como un caso particular -y por lo tanto diferente- dentro del campo de los museos pero también de los medios comunitarios).

Eso supone situarse en el "aquí y ahora": son un tipo particular de "museo" y un tipo particular de "organización comunitaria". Todo museo es un *museo situado*, pero situarse en lo local y particular supone observar articulaciones y diferencias y también continuidades y rupturas, con otros tipos de museos y con otros tipos de comunicación comunitaria. Justamente, los museos comunitarios en Argentina se diferencian y articulan de los de otras naciones y regiones. Por esto, contextualizamos el caso de los museos comunitarios en historias y contextos más amplios: el latinoamericano y el europeo. Este acercamiento metodológico trabaja en la tensión entre las prácticas concretas (casos) y las discusiones teóricas (categorías de los analistas y de las organizaciones o actores comunitarios): revisitar modelos alternativos a los museos tradicionales contribuye a reformular las modalidades en que pensamos "las comunidades" y "la comunicación intercultural" con/en ellas.

Como metodología de abordaje utilizamos diferentes herramientas así como materiales y trabajos previos de nuestros proyectos de investigación, extensión y docencia (tesis y proyectos, entrevistas y clases abiertas, observaciones de visitas y actividades, etc.). Optamos por una perspectiva comprensiva: no buscamos comprobar (nuestras) hipótesis sino comprender los sentidos comunitarios hoy vigentes (siempre heterogéneos, plurales, diversos, potentes). Estos sentidos están presentes tanto en los museos comunitarios como en nuestras universidades y carreras.

Los museos comunitarios y las tradiciones regionales y nacionales

En América Latina existe una larga tradición en comunicación y acción comunitaria que atraviesa distintos campos, espacios e instituciones, entre otros el de los museos (DeCarli 2004). Esas acciones comunitarias latinoamericanas son producto de una historia situada, local y regionalmente, que fue configurando particulares modos de hacer y comunicar. Se produjeron con autonomía de otros procesos y territorios por lo cual, más allá de las similitudes, se diferencian: "lo comunitario" no tiene el mismo sentido ni llamamos

"comunidades" a los mismos tipos sociales cuando hablamos de estas cuestiones en Europa, en Estados Unidos o en América Latina. Más allá que al interior de cada una de esas regiones encontramos diferencias, las tradiciones comunitarias se producen, disputan y continúan en cada espacio territorial.

Las tradiciones del comunitarismo liberal y conservador, en Europa y Estados Unidos (Torres Carrillo: 2013) no son dominantes en América Latina. Por esto, las acepciones, cosmovisiones, propuestas y acciones concretas son tan disímiles que incluso, en una y otra región, las llamamos con otros nombres: por ej. el comunitarismo estadounidense no es considerado *comunitario* por los pensadores y estudiosos de la comunicación en América Latina (si bien la filosofía y la sociología política los retoma con esa terminología). Del mismo modo, en Europa los "ecomuseos" y "museos de sitio" guardan ciertas similitudes con los "museos comunitarios"; sin embargo, sus raigambres son distintas: mientras los primeros se originaron en las museologías críticas francesas y en las disciplinas de las ciencias humanas y aplicadas; en América Latina, continuaron cosmovisiones de los pueblos originarios, de los movimientos políticos y sociales y de las mixturas, sincretismos e hibridaciones culturales latinoamericanas del *proceso* (todavía en curso) *decolonial/ poscolonial*.

Más allá de esas diferencias todo museo -incluso los comunitarios- son *postsocietales*. Los museos -como las escuelas, las instituciones científicas, los censos o el servicio militar- son instituciones europeas y coloniales,[196] mediante las cuales los Estados nacionales latinoamericanos lograron conformar e imaginar sus naciones como homogéneas y modernas (Anderson 2000). Por esto, excluyó lo "comunitario" privilegiando un tipo de relacionamiento social que es el de la "sociedad" (Tönnies 1947). Para el sociólogo alemán, históricamente el carácter medieval y comunal fue reemplazado por la forma moderna e industrializada: una *relación no comunal*, contractual, competitiva, racional, con fines planificados, donde prima la voluntad individual, la ciudadanía abstracta y, por lo tanto, los derechos y el igualitarismo. Se suponía que las sociedades modernas (con estas instituciones racionales y

[196] En algunos países las independencias fueron más tempranas que en otros. Sin embargo, la colonialidad siguió persistiendo hasta nuestros días.

científicas) iban a terminar con el oscurantismo religioso y comunitario (plagado de mitos, supersticiones, violencias y jerarquías).

En esa tarea, los museos tenían la función de recolectar, investigar, conservar y comunicar testimonios y evidencias de y para nuestras sociedades: instituciones para *hacer creer*. Ese pasaje de "la comunidad" a "la sociedad" fue una experiencia histórica que, más allá de la profundidad de los cambios y las pervivencias de los modos comunitarios, fue un hecho histórico que modificó relaciones sociales y de poder/saber.

En la era de las naciones, el estilo dominante de los museos fue el de *templos laicos del saber y del orden*. Con el paso del tiempo dejaron de ser *templos de las musas* y guardianes del patrimonio, para ser considerados *medios masivos y espacios de comunicación* (Verón, 1992; Hernández Hernández, 1998; Dujovne, 1995) En la actualidad, su presencia a través del turismo, las redes sociales y los territorios locales hace que se enfatice la necesidad de transformación y fluidez (son museos "vivos") y las demandas de la ciudadanía: los destinatarios y los públicos pero también las comunidades, a las que pertenecen estos objetos, reclaman dichas transformaciones. ¿De quién es ese patrimonio?, ¿quién y por qué tiene la autoridad para recolectar, conservar y comunicar?, ¿se trata de abrir los museos a "la participación" o de plantear una "autoridad compartida" -desde el inicio de las propuestas, en la estructura y funcionamiento institucional?

La cuestión no es encontrar la "verdadera función comunitaria" (una comunidad "modelo" o "universal") sino preguntar: ¿qué "hace" comunidad?, ¿cómo se efectúa?, ¿qué tipo de relaciones produce?

Los cambios de la globalización y transnacionalización de la cultura también impactaron en estas instituciones: la emergencia del "turismo cultural", la "industrialización de la cultura", la renovación y el desarrollo local, la consideración y revalorización del patrimonio tangible e intangible, la necesidad de democratización institucional, etc. Además, los influjos la nueva museología y la museología crítica así como los nuevos paradigmas de las disciplinas que los museos comprenden (historia, antropología, ciencias naturales, etc.) comenzaron a enfatizar la divulgación, la transposición didáctica, la mediatización y la extensión cultural y educativa, la cuestión de los

públicos (García Canclini, 2010; Smilchuk, 2012). Desde estas perspectivas, las funciones de *conservación y puesta en valor* no deben menoscabar las funciones *comunicacionales y educativas* encargadas de nuevas estrategias como son la recolección participativa, la autoría curatorial compartida, la creación de museos comunitarios y de sitio. Dichos cambios se dieron en algunos casos de manera radical, abarcando toda la institución; en otros, en las áreas de educación, comunicación, relación comunitaria. En todos, provocaron distintas estrategias y propuestas hacia los públicos, la ciudadanía, las comunidades.

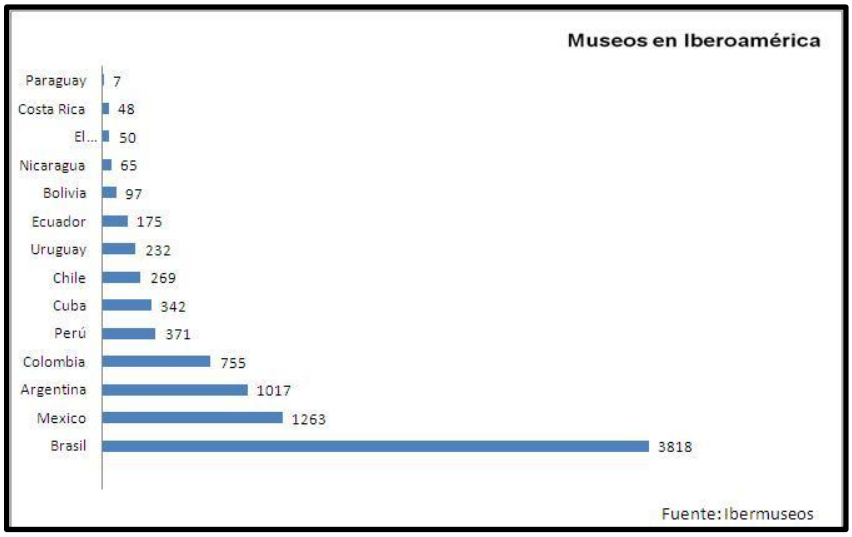
El actual contexto del Covid 19, también impactó en los modos de repensar el "alcance" y "relación" con las comunidades (tanto territoriales como virtuales) y el "desafío" de las tecnologías y las redes. Parecería entonces que en esos contextos y fenómenos, "la comunidad" no es algo dado sino "algo que se elige" (Úcar 2009) y como tal, no es "un destino" (en nuestro caso, de los museos), sino una "construcción colectiva, cotidianamente sostenida" (p. 10) *en* o *desde* los museos.

En Latinoamérica, a partir de la Mesa Redonda de Santiago de Chile en 1972, se dio un fuerte impulso a los museos comunitarios, escolares, integrales, rurales... es decir a las propias culturas locales que defienden una mayor autonomía y descentralización en este tipo de instituciones y a una popularización de esos patrimonios. Entre esas iniciativas, el trabajo realizado por Mario Vásquez en la Casa del Museo y de Guillermo Bonfil Batalla en el Museo Nacional de Culturas Populares, introdujeron la necesidad de *romper con la museología nacionalista y eurocéntrica*, formando una tradición en los *museos latinoamericanos* que sostienen que las comunidades también tienen derechos: a seleccionar objetos que consideran patrimonializables, a participar en la interpretación de esas colecciones, a realizar investigaciones, a cuidar, exponer y comunicar los bienes culturales que ellas mismas producen. Esto suponía otra relación entre museo-comunidad o museo-entorno.

Sin duda, las dictaduras en los países de América Latina interrumpieron esas discusiones y propuestas, retomadas en los procesos de transición democrática. Historias y memorias que dejaron su impronta y estilos críticos y de organización comunitaria que marcaron para siempre a los museos de la región: hacer evidente e irrefutable la *necesidad de abrirse a la comunidad*.

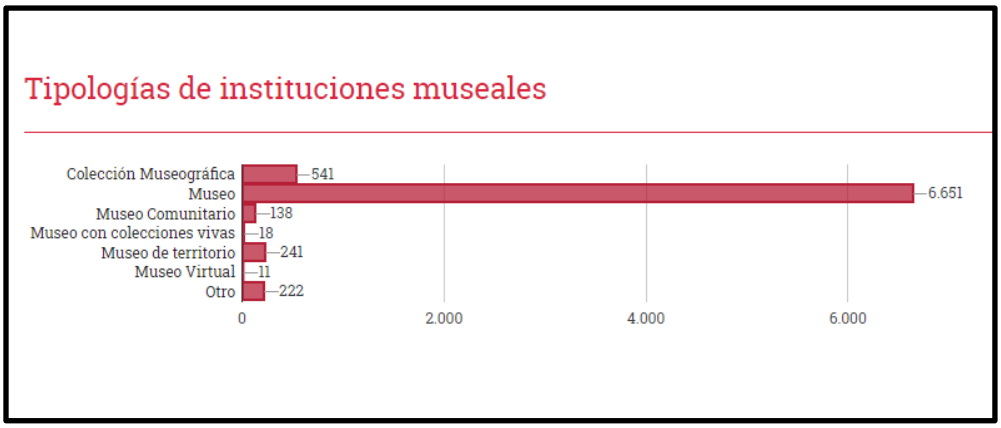
De Latinoamérica a Argentina

En Iberoamérica hay actualmente más de 8000 museos, de los cuales Argentina cuenta con más de 1000 (un poco menos que México).[197] Sin embargo, si observamos en la tabla las tipologías de museos, sólo unos cientos son comunitarios (y en Argentina no llegan a una decena). Por supuesto que en los *otros tipos* de museos, hay acciones o experiencias de vinculación y acción comunitaria, sumado a que muchas organizaciones comunitarias no están registradas por los organismos nacionales e internacionales.[198]



[197] Fuente: Programa Ibermuseos, Observatorio Iberoamericano de Museos, Registro de Museos Iberoamericanos (RMI), lanzado en el 2017. El RMA (Registro de Museos Argentinos) para la misma época registra 323 museos de los cuales 12 son comunitarios (ver https://rma.cultura.gob.ar/#/app/museos/en-cifras).

[198] Justamente Ibermuseos sostiene que incluye a las instituciones que, según cada legislación, reglamentación, criterios o convención nacional, son consideradas como "museos o instituciones museales" según el marco conceptual acordado en la Declaración de Ciudad de Salvador, Bahía (2007).



Fuente: http://www.rmiberoamericanos.org/Home/Recursos

Estas cifras podrían discutirse por varias razones. En primer lugar, respecto a los países que se seleccionan, podemos observar que el criterio "iberoamericano" impone la lógica del país colonizador, España y Portugal, al incluir a países geopolíticamente situados en otras regiones[199] mientras excluye a otros países e instituciones que no entran en esa cuantificación/clasificación. En segundo lugar, la clasificación separa a los "museos" (sin adjetivaciones) de: museos con colecciones vivas, territoriales, virtuales y comunitarios olvidando con esto los entrecruzamientos (¿no hay acciones comunitarias en ellos?).[200] Por último, muchos museos locales, museos pequeños, museos comunitarios no reconocidos estatalmente, no son registrados en estas estadísticas.[201]

Si bien en Argentina los museos comunitarios no son dominantes, ni cuantitativa ni cualitativamente, desde la transición democrática hasta la actualidad, distintos colectivos (movimientos sociales y barriales, asociaciones de inmigrantes, de pueblos originarios, de obreros y trabajadores, etc.) buscaron como parte de

[199] Por ej., incluye a países europeos como Andorra y Portugal y, por supuesto, a España.

[200] Ibermuseos define los diferentes *tipos de museo* del siguiente modo: 1.- *Museo virtual*: no tienen una naturaleza física o material, se presentan exclusivamente a través de las tecnologías de la información y la comunicación; 2.- *Museo Comunitario*: su característica principal es estar desarrollado y gestionado participativamente por la comunidad territorial en la que están insertos; 3.- *Museo de territorio*: musealización de un espacio territorial que cuenta con elementos patrimoniales; 4.- *Museo con colecciones vivas*: protegen, conservan y mantienen la fauna y la flora; 5.- *Colección Museográfica*: Conjunto de bienes culturales que se conservan y exponen al público con criterio museográfico y horario establecido (aunque no tienen todas las funciones de los museos ni siguen la normativa que los regula). En: http://www.rmiberoamericanos.org/Documentos/PDFs/definiciontipologias_ES.pdf

[201] La Secretaría de Cultura de la Nación lleva, desde el 2018, un Registro de Museos Argentinos (RMA) en una plataforma digital: un proyecto de construcción colectiva, donde cada museo es el responsable de cargar los datos de su institución y actualizarlos. Los datos del RMA son migrados trimestralmente al Registro de Museos Iberoamericanos, del Programa Ibermuseos. Aquí, se los divide según provincias, dependencia (nacional, provincial, municipal, privada y mixta), colección (Arqueología / Antropología, Artes, Historia, Ciencias Naturales, Ciencia y Tecnología, Temáticos y Otros), tipo de museos (*museo, museo comunitario, casa museo, museo universitario, museo escolar, museo de sitio, centro de interpretación, museo virtual*, otros).

sus estrategias de visibilidad, empoderamiento y fortalecimiento comunitario crear sus propias instituciones. Además, tanto el creciente proceso de descentralización como el municipalismo hizo que cada vez más, se promovieran desde los gobiernos locales, procesos de gestión local y participativa: así de los pioneros (y pocos) museos comunitarios municipales se pasó a la creación de museos locales -estatales y/o comunitarios-, a la articulación en redes y el posicionamiento de propuestas que conviven paralelas a los grandes museos nacionales, científicos y universitarios (creados a principios del siglo pasado) que también consideran y valoran las experiencias comunitarias.[202]

En Argentina, los procesos históricos del país y la región cristalizaron y aún están presentes en la crítica, deconstrucción y construcción de nuevas modalidades comunitarias: el proceso de conquista y colonización, el periodo independentista (donde se formaron los estados nacionales y se nacionalizaron museos, colecciones y archivos), las políticas de exterminio y las de reconocimiento de los pueblos originarios, las in/migraciones de los distintos periodos hasta las actuales, las identidades (incluidas/excluídas, retomadas/olvidadas), la hibridación cultural; las dictaduras, los movimientos de derechos humanos, los feminismos, las crisis económicas recurrentes y su impacto en la recuperación de empresas y en la economía social, el fomento de artesanías y los microemprendimientos. Estos fenómenos le dan a los museos comunitarios en Argentina ciertas particularidades que redefinen su concepción respecto a lo comunitario y societario, el modo de organización y de pensar las identidades y la interculturalidad. Estas cuestiones están presentes en los distintos modos en que se entiende lo comunitario y el patrimonio.

Podemos ver entonces un "movimiento comunitario", un modo de acción, planificación, intervención en o desde los espacios (locales, barriales, laborales, identitarios, de re-etnización, de derechos humanos, etc.) que busca el desarrollo y empoderamiento de los propios grupos y comunidades quienes luego, o como parte de esas luchas y reivindicaciones, levantan sus

[202] Ver algunas de esas experiencias en: II Jornada de Prácticas comunitarias en museos y espacios culturales, Berazategui, 26 de septiembre de 2015, https://museos.cultura.gob.ar/noticia/ii-jornada-de-practicas-comunitarias-en-museos-y-espacios-culturales/; Red de museos municipales de los pueblos, museos vivos y comunitarios, Olavarría, abril de 2014, http://www.ibermuseos.org/recursos/boas-praticas/quiero-y-deseo-un-museo/, Ibermuseos.

propios museos. En estos casos las instituciones carecen de objetos y colecciones "únicas", "invaluables", "históricas", y mayor patrimonio es la propia comunidad, el espacio y las memorias locales (el entorno, las marcas territoriales de la ciudad, el barrio o la institución donde está situado, los sujetos y grupos con sus historias de vida, laborales, culturales, etc.).[203]

Por otra parte, también hay un movimiento "desde los museos tradicionales" (los grandes museos nacionales y los universitarios) que buscan romper los parámetros clásicos (esa modernidad -como dice García Canclini- que nunca acaba de llegar y donde las tradiciones nunca terminan de irse). Pero además de la pervivencia de cosmovisiones, de mezclas y sincretismos (entre culturas originarias, colonial/colonizadoras, inmigrantes, de movimientos sociales, etc.), también emerge "lo nuevo" (generacional, intercultural, interdisciplinario). Romper esos parámetros propios de la colonización, supone repensar las colecciones y los espacios, descentrarse de los objetos y patrimonios hacia las acciones comunicacionales y comunitarias, salir del edificio al territorio, del público cautivo o tradicional a la comunidad, a los otros/as, reformulando los proyectos, enfocándolos en la (edu)comunicación y la comunicación comunitaria. Una comunicación que no consiste solamente en revisar la cartelería y folletería, las indicaciones de los textos, la comunicación interaccional y pragmática en el espacio del museo sino también la comunicación hacia y con el afuera: promover la acción comunitaria y el desarrollo territorial. En este caso, la comunidad no es público ni destinatario del museo sino co-creadora, poseedora y promotora de su patrimonio local y regional. Y por supuesto que esto supone diferencias y conflictos.

Comunicación y acción comunitaria: los museos y las universidades

[203] Si bien no podemos tomar aquí a todos los museos por una cuestión de extensión, podemos nombrar a algunos. En el primer caso, el de los museos comunitarios: el Museo Comunitario de Ingeniero White, el Museo Taller Ferrowhite, el Museo IMPA del trabajo (una fábrica recuperada por los propios obreros), los Ex Centros Clandestinos de detención (administrados por detenidos-desaparecidos, familiares y militantes de derechos humanos), el Museo Comunitario de la Isla Maciel, etc. En el segundo, entre los museos universitarios: el Museo Etnográfico de la UBA, Abremate - Centro Interactivo de Ciencia y Tecnología de la UNLA, el Museo Imaginario -interactivo de ciencia y tecnología- de la UNGS, el Museo Central Comunitaria -Programa Transversal museos de la UNDAV, etc.

En el campo académico, si bien la comunicación y la acción comunitaria es parte de la currícula de algunas carreras, los museos comunitarios son casi inexistentes como objeto de investigación y de intervención, de articulación y vinculación. Sin embargo, cada vez más son incorporados, algo que puede observarse en la cantidad de proyectos de tesinas y tesis que se abocan al tema.

La carrera de Cs. de la Comunicación de la UBA, asociada al periodismo (las primeras instituciones de formación se dedicaban a la formación de ese oficio) y luego, con la preeminencia de los medios masivos, parecía que tenía poco que aportar a los museos. La orientación en comunicación comunitaria no los tuvo en cuenta, a diferencia de la orientación en procesos educativos, donde es parte de la currícula, o en la de políticas y planificación.[204] Sin embargo, desde fines de los 90, la producción de tesis de licenciatura que toman a los museos y a los museos comunitarios[205] comienzan a producirse así como también proyectos de investigación y extensión de docentes, graduados y estudiantes (Amati 2010; Robertazzi et al. 2013).

Como vemos desde el campo universitario, la definición del plan de estudios abrió y al mismo tiempo cerró caminos de análisis y prácticas comunicacionales. Los museos se incluyeron hacia el final de la cursada de las orientaciones (articulando la comunicación con la educación, dos funciones que los museos también definían como centrales). Además, comienza a estar asociada con orientaciones donde se realizan diagnósticos comunicacionales, investigaciones sobre la imagen y la identidad corporativa. Así, se va configurando – desde la práctica de formación, la producción de tesinas y de investigaciones que se realizan desde las Ciencias de la Comunicación en particular y las Ciencias Sociales en general— una serie de incumbencias (académicas y profesionales) donde la comunicación en los museos aparece asociada a ciertos tópicos: 1. Extensión educativa y cultural; 2. Estudios de

[204] Si bien el título es el mismo más allá de las orientaciones que se cursen (Lic. en Cs. de la Comunicación), la carrera tiene 5 orientaciones pero 3 talleres "llave": Taller de Comunicación Comunitaria (CC) (para las orientaciones de: CC, Comunicación y Educación y Políticas y Planificación), Taller de Comunicación Periodística (para la orientación en Periodismo) y Taller de Comunicación Publicitaria (para la orientación en Opinión Pública). Es interesante observar que la CC es un conocimiento transversal a casi todas las orientaciones por lo cual se considera que debe aprenderse más allá que se trabaje o no específicamente en "lo comunitario".

[205] Se realizaron un total de 29 tesis (desde la 1ra, en 1997, hasta la última, en 2017, tesina nro.4226). Para un análisis de las tesinas (hasta la nro. 22), ver Amati (2010). Para ver el listado total: http://comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/16/2019/12/Listado_Tesinas_Completo.pdf

público (y análisis de visitas guiadas y participativas); 3. Diseño de materiales escritos (y análisis de folletería y catálogos); 4. Planificación y diagnóstico de la comunicación institucional (gestión de la comunicación, comunicación interna y externa); 5. La virtualidad y el uso de las nuevas tecnologías (museos virtuales, páginas web y redes sociales); 6. Prensa y difusión / Relación con los medios masivos; 7. Comunicación comunitaria.

Las relaciones interinstitucionales entre los museos y las universidades no están garantizadas de antemano, dependen de la acción personal y comunitaria. Eventos como este Congreso, la inclusión de los museos comunitarios en este GT, aportan al respecto. Seguramente otros dispositivos como sistemas de pasantías y convenios podrían aportar al respecto. Si bien hay antecedentes concretos de museos universitarios que implementaron este tipo de acciones y de museos comunitarios donde trabajan graduados en comunicación, están pocos institucionalizados y hay poca articulación entre la carrera y los museos (sumado a que, a diferencia de otras facultades de la UBA y de otras universidades nacionales, tanto nuestra Carrera de Comunicación como la Facultad de Ciencias Sociales no cuentan con un museo propio).

A modo de cierre

En los casos latinoamericanos y argentinos se observan distintos modos de ser comunitarios y de hacer comunidad, de vincularse con el territorio o el entorno institucional, de concebir el patrimonio y las identidades.

Las propuestas son diferentes: museos que nacen como comunitarios, cuyos objetos y puestas son co-producida por las comunidades locales (de inmigrantes, obreros, artistas, escuelas, etc.) más allá de las pertenencias - nacionales, municipales o de las propias organizaciones-; otros, cuyas comunidades no se encuentran cerca de la sede (la comunidad local o el sitio de los museos está constituido por "vecinos acomodados" de los centros de las ciudades).[206] Algunos cuentan entre los integrantes con universitario/as ya sea como profesionales o como integrantes de la comunidad. Es necesario indagar la particularidad de cada caso, y valorar los

[206] Hay diferentes modalidades de trabajo y estructura organizacional, por ej. la diferencia entre las "asociaciones de amigos o damas" y la constitución del mismo museo como una organización de la sociedad civil.

aportes de cada propuesta.[207] Más allá de las diferencias, tienen en en común: el proponerse como "activaciones patrimoniales e identitarias" de "sectores subprivilegiados".

El "riesgo" de este tipo de acciones, en algunos casos, es realizar "inclusiones conformistas o estetizantes" que celebren la diversidad o multiculturalismo comunitario pero que nieguen derechos y ciudadanía e invisibilicen desigualdades y conflictos. En el contexto latinoamericano, la reactivación de propuestas neoliberales, racistas y patriarcales, si bien minoritarias siguen vigentes y también hacen un llamado a lo comunitario.

En estos contextos, como también lo demostró la pandemia, hace falta más Estado y más articulación entre las comunidades y entre países y regiones, sobre todo cuando se desdibuja y aparece la presencia dominante del mercado, las fundaciones, las asociaciones de amigos y damas. También es necesario que las políticas se intersecten: que no pensemos los museos comunitarios sólo desde "la cultura". La política cultural debe articularse con una política lingüística y de migraciones (que incluya y respete las diferencias) pero también con políticas de desarrollo social, de emprendimientos sociales, de hábitat, etc. que permitan pensar en la sustentabilidad de esos grupos y trabajos comunitarios.

Referencias

Anderson, B. (2000) Comunidades imaginadas, Buenos Aires: FCE.

Amati, M. (2010) Comunicación y museos en las universidades, 1º Congreso Nacional de Museos Universitarios. En: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/41776/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Dujovne, M. (1995) Entre musas y musarañas, FCE, Bs. As.

García Canclini, N. (2010) La sociedad sin relato, Buenos Aires: Katz.

Hernández Hernández, F.(1998) El museo como espacio de comunicación, Trea, Gijón.

Declaración Mesa Redonda de Sgo. de Chile (1972) En:

[207] Por ej. varios museos cuyas colecciones son patrimonio nacional -creados a fines del siglo XIX o principios del XX- comenzaron a implementar proyectos y acciones comunitarias tanto en su entorno como con las comunidades cuyos objetos conservan o exponen: el MAP (Museo de Arte Popular "J. Hernández") y el trabajo con artesanos originarios y contemporáneos; los Museos de Ciencias Naturales (UNLP) y el Etnográfico (UBA) restituyeron restos óseos a comunidades originarias y co-producen con esas comunidades (talleres, charlas, ceremonias). Ambos, realizaron proyectos con su entorno: zona norte, Palermo Chico y Monserrat, CABA. (Ver: https://www.youtube.com/watch?v=d7qRpatNGwU&list=PLfXfrmBNeujXNxJ9WZE8ngSBQGZxYNCvu#action=share, Conferencia Museo Bode, Berlín).

http://www.ibermuseus.org/wp-content/uploads/2014/07/copy_of_declaracao-da-mesa-redonda-de-santiago-do-chile-1972.pdf

Declaración de la Ciudad de Salvador, Bahía, Brasil (2007) En: http://www.ibermuseos.org/wp-content/uploads/2018/10/declaracion-de-salvador-pt-esp.pdf

Robertazzi, M.; Ferrari, L.; Siedl, A.; Pérez Ferretti, L.; Ricatti, N. (2013) "Un proyecto de memoria social: el museo del trabajo IMPA, Anuario de Investigaciones, v. XX, UBA, pp.219-226. En: https://www.redalyc.org/pdf/3691/369139949059.pdf

Smilchuk, G. (2012) Públicos de museos, agentes de consumo y sujetos de experiencia, Alteridades, 22(44).

Tönnies, F. (1947) Comunidad y Sociedad, Buenos Aires: Losada.

Torres Carrillo, A. (2013) El retorno a la comunidad, Bogotá: El Búho.

Úcar, X. (2009) La comunidad como elección. Barcelona: UAB.

Verón, E. (1992). "Le plus vieux média du monde", MSCOPE, 3, 32-37.

Los sentidos de ciudadanía en la cultura festiva: Contribuciones del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto - Nariño (Sur de Colombia) Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad al campo de la comunicación.

Os sentidos de cidadania na cultura festiva: contribuições do carnaval de negros e brancos de Pasto -Nariño (sul da Colômbia) Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade para o campo da comunicação

The senses of citizenship in the festive culture: Contributions of the Carnival of Blacks and Whites of Pasto -Nariño (South of Colombia) Intangible Cultural Heritage of Humanity to the field of communication.

Aura Patricia Orozco Araújo[208]

Resumen: En el Suroccidente colombiano se celebra el Carnaval de Negros y Blancos, Patrimonio Cultural Inmaterial de la humanidad. Este carnaval no solo una manifestación festiva, sino también un movimiento cultural que hace parte de las relaciones/tensiones/disputas de poder en la construcción de ciudadanía. También hace parte de lo político, lo público y las políticas culturales patrimoniales. Se convierte en una expresión cultural que brinda significativos aportes al campo de la comunicación. Esta ponencia es una síntesis de mi tesis doctoral en Comunicación sobre la relación entre cultura festiva- comunicación y ciudadanía.

Palabras Clave: Cultura festiva, Carnaval, Ciudadanía.

Resumo: No sudoeste da Colômbia é celebrado o Carnaval de Negros e Brancos, Patrimônio Cultural Imaterial da humanidade. Não é apenas uma manifestação festiva, mas também um movimento cultural que se insere nas relações / tensões / disputas de poder na construção da

[208] Aura Patricia Orozco Araújo. Universidad Uniminuto, candidata a Doctora en Comunicación de la UNLP, Colombia, auraporozco@gmail.com.

cidadania. As políticas públicas e de patrimônio cultural também fazem parte da política. Torna-se uma expressão cultural que fornece contribuições significativas para o campo da comunicação. Esta apresentação é uma síntese da minha tese de doutoramento em Comunicação sobre a relação entre cultura festiva, comunicação e cidadania.

Palavras-chave: Cultura festiva, Carnaval, Cidadania.

Summary: In the Southwest of Colombia the Carnival of Blacks and Whites, Intangible Cultural Heritage of humanity, is celebrated. It is not only a festive manifestation, but also a cultural movement that is part of the relations / tensions / power disputes in the construction of citizenship. The public and cultural heritage policies are also part of the political context. It becomes a cultural expression that provides significant contributions to the field of communication. This presentation is a synthesis of my doctoral thesis in Communication on the relationship between festive culture, communication, and citizenship.

Keywords: Festive culture, Carnival, Citizenship.

Tema central

Esta ponencia es una síntesis de mi tesis doctoral en Comunicación de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata -Argentina, sobre la relación entre el campo de la comunicación, la cultura festiva, los carnavales y la construcción de ciudadanías. Colombia cuenta con más de 4.000 fiestas populares (González, 2011) entre festivales, carnavales, ferias, encuentros musicales, fiestas patrióticas y religiosas-patronales. Una de estas manifestaciones culturales festivas es el Carnaval de Negros y Blancos de Pasto que se celebra todos los años entre el 28 de diciembre y el 7 de enero. De los 64 municipios que tiene el departamento, esta manifestación cultural se celebra (por lo menos en la mitad de ellos) especialmente en los lugares que abrazan las cordilleras andinas extendiendo este festejo a los departamentos vecinos como Cauca, Valle del Cauca, Putumayo, Caquetá y Huila. A partir del nuevo milenio (2000) este carnaval de 100 años pasó de ser una fiesta popular a ser patrimonio cultural de la nación y luego

patrimonio de la humanidad (2009) y este proceso complejizó aún más la fiesta y su organización debido a que empezaron a confluir diversos intereses políticos, sociales y económicos. El carnaval no es sólo una fiesta de 10 días, es también un movimiento cultural y ciudadano porque cuenta con múltiples actores y diferentes tejidos, redes, movimientos, colectivos artísticos, asociaciones, grupos de investigadores, foros, seminarios, talleres, cátedras de carnaval, encuentros globales de carnaval, mingas y cabildos abiertos de carnaval, espacios mediáticos dedicados al carnaval y estímulos de las instituciones culturales públicas para elaborar narrativas y relatos sobre el carnaval. En este entramado aflora la dimensión político-comunicativa de esta manifestación festiva porque entran en juego las disputas de sentido entre los diferentes sujetos sociales que la componen y emergen comunidades políticas culturales desde la complicidad y/o resistencia frente al sofisticado mecanismo de administración, normativización, homogenización, mercadeo y control que se genera por parte de Corpocarnaval organización que administra este patrimonio hace 15 años y que surgió desde que se activó el proceso de patrimonialización del carnaval.

Objetivos

Investigar la trama de sentidos de los sujetos sociales a partir de la cual se construye la cultura del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, en el territorio de Nariño (Sur de Colombia), durante las últimas dos décadas (2010-2019), para aportar al campo de la comunicación, a la construcción de ciudadanía, a la política patrimonial y a las culturas de paz en el sur de Colombia.

Trama metodológica para investigar la fiesta y el carnaval

Es muy importante que las fiestas populares y el carnaval tengan un lugar preponderante en la academia colombiana, para construir conocimiento sobre la cultura festiva y aportar a las epistemologías de la fiesta, la alegría, la creatividad y la esperanza. El carnaval, como lo es la comunicación, es un lugar de confluencia transdisciplinaria. Hay una estrecha relación entre cultura festiva e investigación social desde la perspectiva de lo que Orlando Fals Borda promovió como *la investigación-acción* en modo sentipensante reivindicando la pertinencia e importancia del saber popular y la integración del mundo de la academia con

el mundo de la vida, a través de un conocimiento situado. Fals Borda destacó el diálogo comprometido entre "el especialista" con el saber propio de las comunidades que también generan conocimiento, en este caso, son los actores sociales que participan del Carnaval de Negros y Blancos, a partir de sus formas de ser, saber y hacer. Imposible no reconocer que la autora de esta investigación hizo parte del objeto de estudio, que ha sido parte del juego, que ha gozado esta fiesta y sería engañoso decir que ha permanecido como observadora neutral. Como recuerda Rosana Guber (2001) "En un mundo globalizado, sin embargo, ni el investigador es un agente totalmente externo a la realidad que estudia, ni los sujetos ni el investigador "están" en lugares que no hayan sido previamente interpretados. Pero que vivan en el mismo mundo no significa que los sentidos que le impriman a su experiencia sean los mismos. (p.47).

El escenario metódico de la investigación del carnaval

El escenario metódico de la investigación correspondió a los espacios naturales de la democracia pastusa en un territorio con fuerte sentido de la participación colectiva, en que los sujetos del carnaval y varios actores de la política pública cultural convocaron y fueron convocados para generar sus propios sentidos y expresiones propias sobre la defensa cultural del carnaval como movimiento ciudadano. En estos espacios también se generaron todas las dinámicas para construir el plan especial de salvaguardia PES y comprender el proceso de patrimonialización del carnaval. Estos escenarios se convirtieron en observables o la principal estrategia investigativa para adentrarse en los objetivos de conocimiento. Boaventura de Sousa Santos explica desde su propuesta de las *Epistemologías del Sur* que "no es simplemente un conocimiento nuevo lo que necesitamos; necesitamos un nuevo modo de producción de conocimiento. No necesitamos alternativas, necesitamos un pensamiento alternativo de las alternativas" (2006, p.16) Los siguientes fueron los escenarios naturales en los que se desarrolló la investigación:

-Los cabildos abiertos sobre carnaval

-Las mingas de pensamiento sobre carnaval

-Los encuentros ciudadanos sobre carnaval

-Manifiestos y comunicados sobre carnaval

-Convocatoria "Narrativas en negro y blanco. Relatos del carnaval de Pasto".

-Talleres realizados con la Asociación de Artistas y artesanos del Carnaval (ASOARCA)

-Reuniones con la "red de ciudadanos del carnaval" (intelectuales, académicos y pensadores)

-Espacios académicos sobre carnaval (Diplomado, talleres, cátedras, día del artesano)

Tres puntadas de discusión teórica propuesta

El carnaval es reflejo del territorio en el que se festeja

Ubicada en la parte sur-occidental de Colombia, el territorio nariñense se conecta al norte con el Cauca; por el sur, con el Ecuador; al oriente con el medio y bajo Putumayo y por el occidente con la llanura del Pacífico. Por tratarse de un territorio donde confluyen el Pacífico biogeográfico, la Amazonía, los Andes y la frontera internacional de Colombia con Suramérica, su posición es geoestratégica, con múltiples potencialidades ecosistémicas, económicas, culturales, sociales y políticas. "El territorio de Nariño podría denominarse Panamazónico es decir, Pacífico, Andes y Amazonas que tenía un solo entramado relacional, pero con la llegada del conquistador fue desestructurado por completo" (Villareal, 2002.p 10).

Con un total aproximado de 1.700.000 habitantes, Nariño integra 64 municipios incluyendo Pasto su capital. En Nariño se encuentran comunidades campesinas e indígenas principalmente pertenecientes a los pueblos de Los Pastos, los Quillasingas, los Awá y los Ingas. También cuenta con 10 municipios poblados por afronariñenes ubicados en el litoral pacífico. Nariño es una pequeña Colombia por sus características ecosistémicas, interculturales e interétnicas; por esto el "maestro Orlando Fals Borda decía que los principios éticos y mitos fundantes de esta región son la dignidad de la cultura campesina, la libertad de los pueblos afrocolombianos, la autonomía de los mestizos libertarios y el gran valor de la solidaridad indígena" (Calpa, 2010)

Por ser Nariño tan variado en sus ecosistemas tiene una inmensa riqueza cultural que se ha configurado en la última década como un territorio de

Patrimonios Culturales de la Humanidad a través de manifestaciones como El Carnaval de Negros y Blancos de Pasto (2009), las Músicas de Marimba, cantos y danzas tradicionales del Pacífico Sur de Colombia (2015) y el Itinerario Cultural Sistema Vial Andino Qhapaq Ñan (2014) y el Barniz de Pasto,

El departamento de Nariño ha construido su devenir político a partir de dinámicas organizativas y movimientos sociales que se han reflejado en sus luchas y resistencias para construir su propia estrategia de territorio y sobrevivir a la exclusión de los gobiernos centrales y a los modelos de desarrollo impuestos y dominantes. Es por esto que en Nariño existen modelos de democracia pastusa inspirados en el pensamiento andino como la construcción de Planes de Vida de largo aliento; está también la *minga*, que es para los indígenas el trabajo colectivo para el bien común en donde se expresa el sentido de solidaridad y reciprocidad; del mismo modo es natural en ellos la realización de *cabildos* reapropiados y re-significados desde el modelo español. Nariño ha sido un importante ejemplo y modelo de participación social para Colombia porque construye políticas públicas concertadas con el territorio de tal manera que se desenvuelvan desde abajo y desde adentro como el *churo cósmico*, una figura en espiral y símbolo ancestral que siempre es evocada en la movilización social política del pueblo nariñense. Un ejemplo que puede evidenciar este movimiento participativo es que los planes de desarrollo de Nariño y de Pasto han sido ganadores nacionales, en distintos años, por su modelo de construcción social. En el año 2016 el plan departamental de Nariño y el plan municipal de Pasto fueron premiados por el Departamento Nacional de Planeación (DNP) como los dos mejores planes de desarrollo de Colombia[209].

<u>El carnaval es un entramado de organizaciones culturales y de redes en relación o tensión</u>

El carnaval de Negros y Blancos de Pasto cuenta con diversas comprensiones y lógicas de funcionamientos desde las redes de los

[209] El Departamento Nacional de Planeación (DNP), a través de la Subdirección Territorial y de Inversiones Públicas, lanzó las inscripciones para la quinta versión del Concurso Mejores Planes de Desarrollo Territorial (2016–2019) en el que la gobernación de Nariño se llevó el primer lugar (*Nariño Corazón del Mundo, territorio para el buen vivir 2016-2019)* y la Alcaldía de Pasto el mejor Plan de Desarrollo Municipal (*Pasto educado constructor de Paz)*

actores sociales que participan en él. Se destacan las siguientes:

Tejidos espontáneos y naturalizados del carnaval Los que hacen el carnaval	Familias, vecindario, barrios, mujeres, niños.	La red familiar, vecinal, barrial y comunitaria, los hogares de los artistas que se convierten en talleres familiares y en mingas de carnaval como trabajo colaborativo y solidario.
Tejidos asociados y colectivos de los artistas del carnaval Los que hacen el carnaval	Asociaciones y Colectivos del carnaval.	Asoarca (Asociación de artesanos del carnaval-carroceros) Caminantes del carnaval Murgas Colectivos coreográficos Colectivos de teatro de Pasto. Instituciones educativas
Tejido institucional (Gestión Político-administrativo- legal) Los que organizan y reglamentan el carnaval	Nivel Deptal Nivel Municipal	Dirección administrativa de cultura de Nariño Secretaría de Cultura Municipal Corpocarnaval Consejo Municipal de Cultura Universidad de Nariño
Tejido académico Los que piensan el carnaval	Universidades Investigadores Docentes	Los amigos del carnaval y la cultura que devienen en Ciudadanos del carnaval y la cultura.
Tejido gremial	Empresa privada Comercio	Cámara de comercio de Nariño. EMAS Empresa municipal de manejo integral de residuos de Pasto.

Los que tienen intereses económicos en el carnaval		FENALCO (Federación Nacional de Comerciantes) COTELCO Asociación Hotelera y Turística de Colombia.
Otros tejidos organizacionales que apoyan el carnaval	Programas de desarrollo regional de Nariño, Agencias de Cooperación Internacional, Fondo mixto de Cultura.	Programa de jesuitas en Nariño, Naciones Unidas.
Los actores de la comunicación y productores locales de contenidos culturales	Ganadores de las convocatorias "Distintas maneras de narrar el carnaval", "Narrativas en negro y blanco. Relatos del carnaval de Pasto"	Los actores de la comunicación que participan de las diversas maneras de narrar el territorio.
Las mujeres del carnaval	¿Hay enfoque de género en el carnaval?	Algunas mujeres artistas del carnaval (disfraz individual, murgas, colectivos coreográficos) familiares y compañeras de los artistas del carnaval.

Cada una de estas organizaciones son matrices socioculturales. Matriz es el ´lugar de la generación´ o el molde desde el cual cada actor establece la comunicación. Una matriz es una especie de guión, de modelo narrativo, que articula comportamientos y dentro del cual cada uno puede completar informaciones y hacer inferencias. Las matrices son sistemas de asimilación y a la vez sistemas de producción. Sabemos cosas y sabemos hacer cosas. Comprendemos y hablamos. (Massoni, 2007.p4)

El carnaval es un escenario de intereses complejos del consciente o inconsciente colectivo de estas redes o matrices socioculturales en donde se configuran acciones políticas, organizativas y comunicativas. En las relaciones que

generan estas matrices surge un entramado de relaciones/disputas en medio del despliegue de su dinamismo creativo que rivaliza con el "orden impuesto del patrimonio"; sus estrategias/tácticas para sobrevivir, sus modos de ser, estar, relacionarse y en algunos momentos "permanecer juntos", pero en otros dispersos, desintegrados y en conflicto; unas veces cómplices de la institucionalidad pública que critican y otras veces resistiéndola.

La democracia del carnaval es un escenario de ciudadanía, del ejercicio político y de ocupación de la esfera pública

Aquellos quienes aparentemente son solo artesanos/artistas con sus trajes manchados de aerosol, barro e icopor (telgopor), no solo producen objetos estéticos para el goce y la diversión del pueblo pastuso, sino que también realizan un proceso en el que intentan devenir en sujetos y comunidades políticas culturales y que emergen y se (re) configuran desde las implicaciones que tiene la activación del carnaval como patrimonio de la nación y de la humanidad y desde la complicidad y/o resistencia frente a Corpocarnaval encargada de "reglamentar" el "mundo del trabajo" de los artistas y artesanos del carnaval para que cumplan con los requisitos que exigen las contrataciones de las obras artísticas que desfilarán durante los primeros días de enero. Este mundo del trabajo entra en pugna con el "mundo vida-tiempo-creación" del artista o cultor que debe estar listo a una hora puntual para ofrecer su "espectáculo visual", que entretiene al ciudadano pastuso o al turista que consume y/o contempla las danzas, los disfraces y las carrozas que hoy en día son artefactos monumentales de gran ingeniosidad.

La organización del carnaval, Corpocarnaval, reglamenta cada vez más la puesta en escena de esta manifestación festiva de tal manera que los artistas son retirados o descalificados cuando llegan tarde a la hora fijada para el desfile, después de largos meses de investigación y ensayos, cuando no cumplen con los criterios de "la calidad artística", deben cumplir con un proceso de "acreditación" el cual es un sistema normativo de evaluación cualitativo y cuantitativo aplicado a todas las modalidades del carnaval y que incluye las "reglas" para participar en el "concurso". Cada año la sofisticación del carnaval que ha sido pactada entre algunos artistas y la organización del carnaval va provocando que la esencia popular de esta fiesta vaya

perdiendo su belleza natural que se expresa libremente en el lugar cotidiano de los talleres familiares, en la cuadra del barrio y en el juego como terapia social de los días 5 y 6 de enero que se han venido perdiendo.

Sin embargo, algunas agrupaciones de artistas de las distintas modalidades han decidido no participar ni desfilar por la senda del 6 de enero que es el día magno porque consideran que "Corpocarnaval y la Alcaldía Municipal de Pasto no han hecho lo suficiente para contribuir con su dignidad como artistas que se encuentra en deterioro porque existen pocos estímulos y reconocimientos para su cualificación humana, cultural, técnica y de emprendimientos de ellos y para sus familias" (Artista del carnaval, 2019).

Lo anterior significa una disputa entre un sector de los artistas y la entidad que gerencia el carnaval (Corpocarnaval) la cual depende de la Alcaldía Municipal de Pasto. De acuerdo con Chantal Mouffe (2007) "un ciudadano/a es la persona que cada día genera poder en medio de sus relaciones cotidianas y usa este poder para transformar su comunidad y es de estas relaciones en las que cada ciudadano extrae (o no) porciones de poder". Es este mismo poder que está en pulsión por parte de los artistas que desfilan el día magno del carnaval y que se resisten a hacerlo hasta que no se mejoren los aportes económicos para la realización de su obra creativa.

Para Mouffe el conflicto es constitutivo de lo político y la democracia consiste en dar la posibilidad a los distintos puntos de vista para que se expresen y disientan. La democracia debe reconocer que siempre habrá disenso y que el objetivo de establecer un consenso total no es posible, sin que automáticamente, se repriman otras opciones. Siempre habrá un pluralismo de posiciones y esto va a producir un antagonismo irreconciliable. La tarea de la democracia es organizar ese disenso, encontrar la manera de que la gente pueda vivir junta y las diferencias sean reconocidas. Es lo que Mouffe llama consenso conflictual porque evidentemente, para vivir juntos, hay que estar de acuerdo en principios y valores básicos. De acuerdo con la mirada de Mouffe se trata de la lucha por la hegemonía del carnaval y la disputa por su poder simbólico, poder material, poder político y estos poderes son la materia prima de la democracia. En este sentido los artistas del carnaval son también sujetos políticos porque buscan satisfacer sus necesidades y el mantenimiento de su bienestar en función del poder que el carnaval les otorga.

Mouffe agrega un elemento muy importante a la hora de entender la política democrática: el papel de las pasiones y de los afectos porque una de las grandes fuerzas que lleva a la gente a interesarse en la política es el afecto común, que lleva a la creación de un ´nosotros´. Un “nosotros” supone un “ellos” y es justamente el afecto, las pasiones, las corporalidades las que entran en el juego de la democracia del carnaval.

Conclusiones

El carnaval amplía la mirada de la comunicación como acción común en otros porque genera una dinámica vincular que no es propiedad de ningún actor sino del colectivo que se conforma en cada intercambio donde hay afectación mutua.

El carnaval construye relaciones muy diferentes a las que tiene la lógica de la guerra porque hace aportes a la pedagogía de la convivencia , fortalece valores asociados a la paz, respete y robustece la autoregulación ciudadana.

Los espacios festivos son arenas de lucha porque allí se reproducen las dinámicas sociales y las mismas prácticas políticas del territorio en el que se asientan estas manifestaciones culturales que también entran en tensión y disputa.

El campo relacional Cultura Festiva-Patrimonio-Comunicación y Ciudadanía es un campo emergente, poco explorado y recorrido por académicos y estudiosos de la comunicación en este sentido vale la pena seguir explorando el significado que tiene este en la construcción de una nación llamada Colombia.

Referencias

Calpa, L.E. (2010). Breve Remembranza del Hombre Integral: Del Maestro Orlando Fals Borda. Pasto.

Capasso, V (2015) Arte política y espacio una propuesta de análisis desde la teoría de Chantal Mouffe. Universidad Nacional de La Plata-Argentina.

De Sousa Santos, B. (2009) Una epistemología del sur. Buenos Aires: CLACSO

González, M. (2011) Fiestas y nación en América Latina. Bogotá: Intercultura.

Guber, R. (2001). La etnografía. Método, campo y reflexividad, Bogotá, Colombia.

Massoni, S. (2014) Metodologías de la comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural. Metacomunicación. Revista académica de comunicación y

ciencias sociales. Universidad autónoma de Puebla

Zarama (E.G) (2011) Fiesta y carnaval en la construcción y fortalecimiento de ciudadanía: participación social y empoderamiento en las políticas públicas culturales. En Semiosis del carnaval. Edición 1. Pp 59-77.

Villareal, C. (2002) Territorialidad, administración y poder en el suroccidente colombiano: caso Pasto. San Juan de Pasto-Colombia: Fundación para la investigación científica y el desarrollo cultural de Nariño - FINCIC.

Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) em Mato Grosso/Brasil: existência e visibilidade a partir da comunicação e das práticas culturais

Comunidades eclesiales de base (CEB) en Mato Grosso / Brasil: existencia y visibilidad desde la comunicación y las prácticas culturales

Base Ecclesial Communities (CEBs) in Mato Grosso / Brazil: existence and visibility from communication and cultural practices

Gibran Luis Lachowski [210]

Yuji Gushiken[211]

Resumo: No modelo de estudos da comunicação como cultura (Lima, 2001) e na perspectiva da comunicação como ritual (Carey, 1992), analisa-se neste artigo duas práticas recorrentes nas Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) da Igreja Católica no Brasil: o culto aos mártires e a mística espiritual, observadas em pesquisas de campo no estado de Mato Grosso entre 2017 e 2020. Nas

[210] Gibran Luis Lachowski. Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), professor do curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat/Cáceres) e mestre em Estudos de Linguagens, Brasil, prof.gibfanluis@gmail.com.

[211] Yuji Gushiken. Professor no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e atualmente realiza estágio de pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (PPGCOM-UFC, 2020-2021), Brasil, yug@uol.com.br.

CEBs, as práticas culturais apresentam uma dimensão comunicacional, através da qual dotam de sentido o cotidiano entre religiosidade e política. A emergência das CEBs na década de 1960 reflete a luta pela liberdade civil na ditadura militar e pela redemocratização do país na década de 1980. A partir desse contexto histórico, as CEBs apoiaram e se envolveram com lutas dos movimentos sociais pela cidadania e pela subjetividade, com eles atuando e se confundindo.

Palabras-chave: CEBs, Comunicação, Práticas Culturais.

Abstract: In the model of studies of communication as culture (Lima, 2001) and in the perspective of communication as ritual (Carey, 1992), this work analyzes two recurrent practices in the Ecclesial Base Communities (CEBs) of the Catholic Church in Brazil: the cult of martyrs and spiritual mystique, observed in field research in the state of Mato Grosso between 2017 and 2020. In CEBs, cultural practices have a communicational dimension, through which they give meaning to the daily life in between religiosity and politics. The emergence of CEBs in the 1960s reflects the struggle for civil freedom in the military dictatorship and for the country's redemocratization in the 1980s. From this historical context, CEBs supported and became involved in the social movements' struggles for citizenship and subjectivity, acting and merging with them.

Key words: CEBs, Communication, Cultural Pratices.

Tema central e objetivos

As Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) da Igreja Católica surgiram nos anos 1960 no Brasil, sob o signo do Cristo libertador e da militância contrária às ditaduras que se instalavam na América Latina. Desde aquela década, e já neste século XXI, mostram resiliência e capacidade criativa, produzindo sua existência de um modo paradoxal: de baixa visibilidade junto à sociedade de modo geral, mas apresentando internamente um sem-número de atividades que dotam seus valores de sentido.

Em uma definição recorrente, CEBs são grupos voltados à paróquia (urbana) ou à capela (rural), liderados por leigas e leigos, padres e freiras, identificados pela religião e pela classe social (trabalhadora), que socializa problemas e propostas de solução (Betto, 1985). As CEBs, nestes 60 anos de

existência, vêm dialogando com novos sujeitos sociopolíticos e culturais. Hoje estão presentes em vinte países das Américas[212], por meio de uma Articulação Continental e, no Brasil, nos 26 estados e no Distrito Federal.

Historicamente, as CEBs produziram e desenvolveram práticas culturais, realizando relações de apoio mútuo com distintos movimentos sociais, evidenciando a constituição de uma interface entre cultura e política. O aspecto político no campo cultural implicou em uma indiscernibilidade entre o que seriam enunciados próprios das CEBs e o que lhes é discursivamente exterior, na medida em que esta exterioridade dos movimentos sociais conecta religiosidade, cidadania e subjetividade.

Nesta segunda década do século XXI, as CEBs manifestam-se através de trabalhos religiosos comunitários, parcerias com pastorais sociais, organismos e diversas iniciativas de apoio a grupos minoritários: indígenas, migrantes, pessoas em situação de rua, mulheres marginalizadas, juventudes de periferia, população LGBT.

Em sua discreta existência diante da sociedade civil, do Estado e dos governos (a partir dos anos 1990), as CEBs exercitam sua atuação através de práticas culturais que designam sua relação, entre convergente e crítica, com a Igreja Católica, desenvolvendo um "modo de ser Igreja" junto à sociedade em geral e frente às políticas de Estado e de governos. As CEBs no Brasil integram a estrutura da Igreja, em nível nacional e local, mas têm uma relação complexa com a instituição, pois defendem um modelo organizacional e de atuação mais progressista e popular.

A correspondência das CEBs com políticas da cidadania e subjetividade ainda se configura como lado mais visível dessas comunidades, o que se registra pela articulação com movimentos sociais e culturais, denotando o desenvolvimento de processos pautados pela construção do diálogo, característica do pensamento latino-americano da comunicação (Gushiken, 2006).

A designação de "Comunidades Eclesiais de Base" atualmente advém de práticas culturais que estruturam o plano simbólico e indicam, ainda que difusamente, o que são estas comunidades e como elas se

[212] Brasil, México, Estados Unidos, Guatemala, Haiti, El Salvador e Nicarágua, Costa Rica e Panamá, Venezuela, República Dominicana e Haiti, Colômbia, Bolívia, Peru e Equador, Chile, Argentina, Paraguai e Uruguai. Disponível em: <https://cebsdobrasil.com.br/articulacao-continental-das-comunidades-eclesiais-de-base-o-que-e/>. Acesso em: 18 set. 2020.

expressam através destas práticas, embora não apenas (Lachowski & Gushiken, 2019).

Romarias em memória de mártires, marchas reivindicatórias, rituais espirituais, rodas de conversa, cafés da manhã em comunidade, rezas e reuniões de líderes, missas ou cultos para públicos minoritários, leituras bíblicas e danças. Estas são, entre outras, atividades que constituem genericamente as práticas culturais das CEBs, embora em cada região do Brasil tais ações ganhem contornos próprios.

O objetivo deste trabalho é refletir sobre a dimensão comunicacional das práticas culturais no âmbito das CEBs, no contexto da realidade sociopolítica brasileira neste início de século XXI, pela observação em campo em quatro municípios de Mato Grosso: Cuiabá (capital), São Félix do Araguaia (Nordeste do estado), Rondonópolis (Sul de MT) e Jangada (Baixada Cuiabana).

No imaginário jornalístico, Mato Grosso integra uma região brasileira que desde os anos 1970 fornece matéria-prima a uma demanda mundial por produtos vegetais, em especial a soja, com problemas econômicos, sociais e ambientais decorrentes de tal modelo de desenvolvimento.

CEBs: O que são, o que fazem

A existência das CEBs traduz-se por uma atuação que borra as fronteiras entre Igreja (instituição) e sociedade (mundo), enunciando uma concepção comunicacional que tende aos rituais, ao diálogo e à comunhão em nível comunitário. Esse fazer-existir mostra que o exercício espiritual ocorre na dimensão do cotidiano, pelas práticas culturais que ensejam transformar a realidade material e espiritual.

Assim, o cultivo do transcendental considera um terceiro elemento nas narrativas cotidianas, qual seja, “o próximo”, figura fortemente associada à parábola do bom samaritano, contada por Cristo para falar da empatia e da alteridade (Lc 10, 25-37). A constituição identitária das CEBs envolve espiritualidade, cultura e religião.

Apesar da literatura científica consolidar o surgimento das CEBs no contexto da luta contra a ditadura (1964-1985), suas primeiras inspirações existiriam desde os anos 1940, via catequese popular e mobilização social (Teixeira, 1988), ou ainda no século XIX, pela tradição de padres e beatos peregrinos do semiárido nordestino (Malvezzi, 2012). Porém, a versão mais remota liga as CEBs ao cristianismo primitivo, praticado pelos discípulos de

Jesus logo após sua morte, como se lê em Atos dos Apóstolos (At 2, 42-45).

Nessa perspectiva, as CEBs não se configuram como movimentos sociais, mas dialogam com estes sujeitos sociopolíticos e culturais pelo menos desde os anos 1960. Esse diálogo é estimulado pelo Concílio Vaticano II[213] e pela Conferência Episcopal de Medellín[214]. Ou seja, as CEBs buscam manter-se como "modo de ser Igreja" pautado no protagonismo do laicato (fiéis leigas e leigos) e na sintonia com o clero progressista (que defende direitos humanos e descentralização interna de poder).

Essa opção atende pelo nome de "espiritualidade libertadora" e corresponde a uma interpretação bíblica que remete à ideia do Cristo libertador enquanto superação de alienações e opressões. Um Cristo de carne e osso, situado na Palestina histórica, que não criou religião, foi morto na cruz e ressuscitou, performando uma complexa amálgama sócio-histórica e transcendental.

Ao empreenderem esse tipo de espiritualidade, as CEBs cultivam uma práxis que se viabiliza por inúmeras práticas, conjugando elementos de caráter próprio, do catolicismo popular e da religião oficial. Essas práticas compreendem rezas, missas, grupos de leitura bíblica e plenárias de debates. Festas de santo, caminhadas reivindicatórias e romarias em homenagem a mártires de causas sociais. Ações ecumênicas, diálogo inter-religioso (com religiões não-cristãs) e encontros.

Gohn (2019, p. 74-80) situa as CEBs até o terceiro ciclo histórico de participação social no Brasil, na década de 1980, caracterizada pela redemocratização, o que as dissolvem na gama de sujeitos sociopolíticos e culturais presentes nas lutas populares das décadas posteriores. Vários trabalhos referendam essa visão, no rastro da organização popular, formação cidadã, importância da Teologia da Libertação[215] e do Concílio Vaticano II (Löwy, 1991; Beozzo, 1993; Barbosa, 2008; Marins, 2015).

Uma abordagem de pesquisa majoritariamente centrada em macronarrativas, reproduzida no campo da comunicação, centra foco em estudos sobre sistemas midiáticos comunitários e

[213] Encontros de autoridades eclesiais (1962-1965) feitos no contexto de uma Igreja distante da realidade do povo e que deliberaram por descolonizar, descentralizar e desclericalizar a prática da fé católica.

[214] Reunião de bispos latinos em 1968 na Colômbia. Sob entusiasmo do Concílio Vaticano II, defenderam "opção preferencial pelos pobres" e as CEBs como experiências de um "novo jeito de ser igreja".

[215] A teologia investiga questões religiosas e suas ligações com vários campos do saber. A Teologia da Libertação é uma reflexão sobre a realidade com base em práticas socioculturais do povo latino.

industriais. Essa abordagem minimiza ou não capta as ações de pequena repercussão, ligadas aos fazeres cotidianos das CEBs, e fortalece a ideia de que elas passam por um momento histórico de "invisibilidade simbólica".

Se a abordagem macronarrativa ancorou as CEBs à simbologia das lutas sociais dos anos 1970 e 1980 e projeta um imaginário orientado por um exame conjuntural, notamos, em paralelo, um enfoque voltado à produção cultural cotidiana. Alguns exemplos: Domezi (2006) estuda a conformação do catolicismo popular de libertação junto às Comunidades Eclesiais de Base; Locks (2008) investiga a relação entre CEBs e grupos de família; Menezes (2010) toma as CEBs como organizações horizontais em rede; e Souza (2019) etnografa a sacralização de lideranças pelas romarias de mártires.

Dimensão comunicacional nas práticas culturais: Culto aos mártires e mística

São muitas e diversas as práticas culturais das CEBs, observadas nos seus fazeres comunitários, assim como em reuniões e encontros de nível regional e nacional. Nessas atividades, os participantes produzem momentos de reflexão balizadas por análises conjunturais da realidade brasileira e internacional em concomitância com fruição espiritual manifesta pelo acesso e cultivo ao sagrado. Centramo-nos em duas práticas representativas do fazer das CEBs: culto aos mártires e mística.

O culto aos mártires se atualiza na romaria martirial. Trata-se de uma caminhada, ritualisticamente lenta, realizada nos espaços urbanos ou em estradas e rodovias, com rezas e canções, na qual os membros de CEBs recordam de pessoas que foram mortas por sua atuação em defesa de grupos marginalizados, independentemente da concessão de grau de santidade pela instituição Igreja.

O ambientalista Chico Mendes, a sindicalista Margarida Alves, a política Dorcelina Folador e o índio Simão Bororo são considerados alguns destes mártires. Líder seringueiro, Chico Mendes foi assassinado em 1988 em Xapuri, estado do Acre, região Norte do Brasil. A morte da sindicalista rural Margarida Alves, a mando de latifundiários, ocorreu em 1983 em Alagoa Grande, Paraíba, Nordeste do país. Líder sem-terra e prefeita de Novo Mundo, Dorcelina Folador foi morta em 1999 em Mato Grosso do Sul, região Centro-Oeste. O assassinato de Simão Bororo ocorreu a mando de fazendeiros em

1976 em Mato Grosso, Centro-Oeste, por ele defender a demarcação de terras aos indígenas.

A romaria martirial se presta a um exercício de fazer memória, numa constante cultural que estabiliza a condição do ser religioso. Porém, como não se orienta pelo regramento oficial da Igreja, percebe-se uma proximidade maior entre participantes e figuras recordadas na caminhada.

Os mártires são vistos e tratados como pessoas, e não seres inalcançáveis, em parte das vezes contemporâneos de muitos participantes das marchas. Em uma perspectiva ritual, os integrantes das romarias martiriais valem-se do que Meira (2017, p. 33) chama de "estética da fé pelas mãos do povo das CEBs", que traz no bojo um fazer artístico e poético e é produzida no contexto de uma forte miscigenação cultural.

Notamos esta busca pela expressividade nos moldes de uma efervescência comunicacional durante a caminhada ocorrida em setembro de 2017 no município de São Félix do Araguaia (Noroeste de Mato Grosso), local historicamente caracterizado pelo conflito pela terra. A atividade integrou o 14º Encontro Regional das CEBs, edição mais recente do evento, já que ocorre a cada quatro anos e em 2020 foi suspenso por causa da pandemia de Covid-19.

Nesse encontro de São Félix observamos pessoas usando chapéus de palha nordestinos, cocares indígenas, boinas em verde, vermelho, amarelo e preto referindo-se ao movimento negro representado ali pela visualidade do bloco Olodum. Crianças, adolescentes, adultos e idosos. Ladeados, fiéis, padres, freiras, bispos e indígenas. Violões, tambores, pandeiros e chocalhos e microfones amplificados por uma caixa de som. Velas pequenas nas mãos dos participantes, um círio (vela grande) comum em missas solenes, incenso, tochas, túnicas com motivos indígenas e afro. Leitura bíblica e encenações teatrais.

Guardadas as proporções, essa complexidade ritualística e cultural também é vista nas atividades recorrentes das CEBs, como as reuniões mensais das lideranças da arquidiocese de Cuiabá (Mato Grosso). Os encontros são feitos nos espaços disponíveis, seja uma sala, um salão, um templo de igreja ou debaixo de uma árvore. Os integrantes colocam-se em círculo, que simbolicamente conota a horizontalidade das relações, acionando, em perspectiva comunicacional, um dispositivo dialógico e afetivo,

retroalimentado pela proximidade física e por ações coletivas.

Na parte interna da roda monta-se o que se chama de “altar no chão”, composto de elementos diversos, dispostos pelos participantes. Entre os elementos mais comuns estão tecidos coloridos, cartazes de movimentos populares, imagens de santos, bandeiras de pastorais sociais, bíblia, livros de CEBs, instrumentos musicais, flores, fotos de lideranças políticas e religiosas. O “altar no chão” dialoga com a “espiritualidade libertadora” por ser um símbolo de fé posto ao alcance de qualquer pessoa e aberto à contribuição de cada uma, para se formar uma obra coletiva.

A reunião começa “de fato”, com um momento de mística, que poderia, grosso modo, ser chamado de “oração inicial”, não fosse sua complexidade ritualística em grande parte das vezes. Em geral, a mística conjuga a introdução do tema da reunião, cantos de animação e meditação, leitura bíblica, abertura de espaço para opiniões sobre o texto e fechamento com síntese em forma de fala ou nova canção. Tal composição intercambia instantes de ludicidade, racionalidade, introspecção e evocação espiritual.

Os comentários à leitura bíblica correspondem à “partilha da palavra” e “trazem uma realidade ou uma pessoa” ao encontro do texto proclamado, fazendo deste instante um espaço de cumplicidade. Pululam lembranças de amigos, histórias pessoais, momentos sociais marcantes, situações dramáticas, assim como a projeção de esperanças e ideais. A mística é bastante plástica no uso de materiais físicos, na mobilização de aparato subjetivo e recursos epistemológicos, podendo ocorrer em diferentes momentos da reunião, bem como nas demais ações das CEBs.

A mística pode valer-se de um abraço simbólico a cursos d´água, como se deu em outubro de 2019 às margens do Rio Vermelho na confluência com o Córrego Escondidinho, num acampamento sem-terra, na zona rural de Rondonópolis (Sul de Mato Grosso), região marcada pela degradação ambiental e monocultura de soja. A atividade fez parte da Romaria Franciscana em Defesa do Bioma Cerrado e somou-se à plantação de mudas de árvores e reflexões sobre a conscientização ambiental.

De outra maneira, a mística pode recorrer à formação de um círculo, nos moldes de um caracol, em que pessoas acompanham uma música, balançam os corpos lateralmente e

tocam-se nos ombros em sinal de cuidado solidário. Foi o que registramos no Encontro Interdiocesano das CEBs Cuiabá-Cáceres, também em outubro de 2019, realizado no município de Jangada (a 75 km da capital Cuiabá), cuja maioria da população vive na zona rural. E tantas outras possibilidades de místicas.

Metodologia

Este trabalho parte do modelo de estudos da comunicação como cultura, proposto pelo epistemólogo Venício Artur de Lima (2001). Neste modelo, a comunicação é "definida como significação oposta ao polo da transmissão, isto é, como compartilhamento" e busca a "compreensão (e não a formulação de leis) das representações e práticas culturais" (Lima, 2001, p. 49-50). A dimensão comunitária da vida social torna-se relevante na distensão teórica comunicacional, posto que os processos simbólicos se relacionam, no caso das CEBs, com práticas culturais.

Assim, pondera-se não como a mídia (de massa ou alternativa) representa as CEBs, mas como as CEBs, através de suas práticas culturais, se representam, dotando o campo comunicacional de práticas culturais como fonte de poder simbólico. A análise de caráter histórico-crítica argumenta a favor de se considerar o próprio campo cultural como dotado de seu potencial de produção de sentido.

Neste modelo, portanto, consideramos os aspectos rituais da comunicação, que se referem, segundo James Carey (1992), a elementos do cotidiano, como conversar, trocar ideias, promover um debate, fazer uma pergunta. Nada que se refira aos modernos meios massivos ou às mídias digitais. Para o autor, os rituais da comunicação se confundem com as práticas de produção de sentido potencializado com e apesar das condições modernizantes da vida contemporânea.

Consideramos o modelo de Carey como uma crítica à cultura enquanto difusão de informações, o que tem sido próprio da abordagem transmissiva e representante (quando não constituinte) da modernidade capitalista estadunidense (quando não do amplo processo de ocidentalização do mundo). Neste sentido é que a comunicação como ritual postula em defesa de um modelo calcado em trocas simbólicas, colocando-se antes e além das abordagens hegemônicas no referido campo de pesquisa.

Neste trabalho, apresentamos as práticas culturais das CEBs como atualizadoras ou

constituintes deste modelo comunicacional, na medida em que ele sugere um modo de existência simbólica potente como autoafirmação de um modo de vida. Essa autossuficiência das CEBs converte-se em distância quanto aos sistemas midiáticos de orientação hegemônica. Expressam, assim, uma posição crítica à comunicação como processo modernizador e buscam, na maioria das vezes, alternativas com foco em audiências comunitárias, valorizando a artesania da mobilização e da articulação.

Nessa perspectiva comunicacional, utilizamos a pesquisa de campo, lastreada pela descrição e interpretação dos dados produzidos e levantados. Para isso, baseamo-nos na observação participante, na medida em que buscamos significados pertinentes a realidades humanas vividas socialmente (Minayo, 2002). Nesta pesquisa de caráter qualitativo, tomamos o trabalho de campo como um "momento relacional e prático de fundamental importância exploratória, de confirmação ou refutação de hipóteses e construção de teorias" (Minayo, 2002, p. 26).

Principais resultados e reflexões finais

As práticas culturais nas CEBs denotam, na interface entre comunicação e cultura, as nuances do que pode ser o campo comunicacional em sua amplitude e complexidade. Os rituais da comunicação, concebidos como equivalentes, análogos ou transcendentes das práticas culturais, ponderam considerar os modos de expressão como processos comunicacionais dos setores populares.

Nem moderno nem arcaico, estas manifestações culturais que se dotam de construção de sentido sinalizam para a criação de distintos modos de vida que não engrenam na modernidade dos acontecimentos (a ponto de produzir o futuro) e nem asseguram o valor das memórias produzidas (para ter um porto seguro no passado).

Nas CEBs, as práticas culturais evidenciam a expressão possível como criação simbólica no âmbito das culturas populares. Como consequência, constituem também um modo de vida que não restringe sua eficácia simbólica à visibilidade no campo comunicacional.

Um funcionamento discreto, subterrâneo, à margem da existência midiática, por isto mesmo eficaz à sua maneira, desenvolvendo práticas culturais

potencialmente produtoras de sentido e de vinculação social.

Este é um aspecto da cultura contemporânea como condição de produção de sentido que faz das CEBs um foco inventivo gerador de conexões com outros estratos da vida política, o que inclui os diversos movimentos relacionados à promoção da cidadania e à reinvenção da subjetividade.

Referências

Barbosa, J. D. (2008). *As Comunidades Eclesiais de Base – CEBs*: *nas décadas de oitenta*

e noventa em Cuiabá – Mato Grosso. Espaço popular de construção de cidadania? (Doutorado em Educação) – Universidade Federal de Mato Grosso, Mato Grosso.

Beozzo, J. O. (1993). *A igreja do Brasil: de João XXIII a João Paulo II*. Petrópolis: Vozes.

Betto, F. (1985). *O que é Comunidade Eclesial de Base*. São Paulo: Brasiliense.

Carey, J. W. (1992). *Communication as Culture: Essays on Media and Society.* New York: Routledge.

Domezi, M. C. (2006). *A Devoção nas CEBs: Entre o Catolicismo Tradicional Popular e a Teologia da Libertação*. (Doutorado em Ciências da Religião) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.

Gohn, M. da G. (2019). *Participação e democracia no Brasil: da década de 1960 aos*

impactos do pós-junho de 2013. Petrópolis: Vozes.

Gushiken, Y. (2006). Dialogismo: A emergência do pensamento latino-americano em

Comunicação. *Comunicação, Mídia e Consumo*, v. 3, n. 8. Disponível em: http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/81>. Acesso em 20 set. 2020.

Lachowski, G. L., & Gushiken, Y. (2019). Comunidades Eclesiais de Base (CEBs): política e cultura no projeto social do bem viver: um estudo em Cuiabá-MT. In: Anais do VIII CONINTER. Anais...Maceió(AL) Unit/AL. Disponível em: <https//www.even3.com.br/anais/coninter2019/177735-COMUNIDADES-ECLESAIS-DE-BASE-(CEBS)--POLITICA-E-CULTURA-NO-PROJETO-SOCIAL-DO-BEM-VIVER--UM-ESTUDO-EM-CUIABA-MT>. Acesso em: 23 set. 2020.

Lima, V. A. (2001). *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Perseu Abramo.

Locks, G. A. (2008). *Grupos de família: "o modo de ser CEB" em Lages, SC*. (Doutorado

em Antropologia Social) – Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina.

Löwy, M. (1991). *Marxismo de Teologia da Libertação*. São Paulo: Cortez.

Malvezzi, R. (2012). As CEBs e seus desafios hoje: um olhar sobre a conjuntura e a história. In F. Orofino, S. Coutinho, & S. Rodrigues (Orgs.), *CEBs no novo contexto do Semiárido* (pp. 147-162). São Paulo: Paulus.

Marins, J. (2015). *Fomos a um Concílio: a surpresa do Vaticano II*. São Paulo: Paulus.

Meira, E. (nov-dez. 2017). A estética da Fé pelas mãos do Povo das CEBs. *Revista Vida Pastoral*, 358, 58, pp. 31-36. São Paulo: Paulus.

Menezes, D. H. L. (2010). *CEBs e Redes de Comunidades: Abordagem teológico-pastoral a partir de Faustino Teixeira e do material dos Encontros Intereclesiais das CEBs*. (Dissertação de mestrado). Faculdade Jesuíta de Filosofia e Teologia, MG, Brasil.

Minayo, M. C. S. (2002). Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In M. C. S. Minayo (Org.), *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (pp. 9-29). Petrópolis: Vozes.

Souza, E. R. (2019). *A luta se faz caminhando – Sacralização de lideranças camponesas*

e indígenas assassinadas em contextos de conflito de terra no Brasil. (Tese em Antropologia Social) – Universidade Estadual de Campinas, São Paulo.

Teixeira, L. F. C. (1988). *A Gênese das Cebs no Brasil: Elementos Explicativos*. São Paulo: Paulinas.

Del Ciberactivismo a la política formal, el tránsito de los liderazgos femeninos

From Cyberactivism to formal politics, the transition of female leaderships.

Citlali Stephany Pérez Luque [216]

Resumen: La siguiente investigación analiza el surgimiento de los liderazgos femeninos. La organización de este responde a la falta de investigaciones específicas acerca de los liderazgos femeninos juveniles que emergen de la acción colectiva. En un primer momento la búsqueda se enfocó a la desacreditación de mujeres jóvenes que ejercieran poder político, esa primera búsqueda no fue tan efectiva, ya que la información que arrojó se evocaba sí a los liderazgos de mujeres, pero no a la desacreditación y tampoco específicamente de mujeres jóvenes. Los estudios de liderazgo se enfocan más a las prácticas de un líder en general, a los tipos de liderazgos existentes, a cómo lo asimilan hombres y mujeres, pero no hay documentos que se especialicen en a) los y las jóvenes, b) los liderazgos que no tienen que ver con la empresa ni con la política formal y c) liderazgos emergentes (que surjan de movilizaciones de la acción colectiva).

La siguiente búsqueda fue acerca de la participación política de las mujeres, que arrojo artículos que, sí denotan el tema, pero sólo en la política formal, y pocos que se orientan a la participación desde la acción colectiva. La última búsqueda refirió a la participación política de las mujeres en movimientos sociales y el papel de las tecnologías de comunicación e información (TIC), las redes sociales, el ciberactivismo y finalmente la plataforma social Twitter. Esta búsqueda arrojo artículos que describían las TIC como generadoras de discusión en la política formal y como instrumentos para la acción colectiva, el papel actual de las redes sociales, tanto en la política como en la cotidianeidad y de cómo se ha elegido a la plataforma digital Twitter como espacio de debate y de organización para generar movimientos de resistencia.

[216] Citlali Stephany Pérez Luque. Maestrante en comunicación de la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México. México. citlali.p.luque@gmail.com

Las palabras clave utilizadas en las búsquedas fueron: liderazgos femeninos, acción colectiva, movimientos en red, ciberactivismo feminista, Twitter como herramienta para el ciberactivismo, tics y género, redes sociales y mujeres, política no formal y participación femenina, activismo en red, acción política en Twitter, activismo feminista, feminismo y ciberespacio, entre otras.

Para entender cómo se construyen los liderazgos femeninos, se hace necesario revisar conceptos y teorías fundamentales que permitan entender el fenómeno de los ciber- liderazgos que trascienden la frontera digital y se consolidan de tal manera que inciden en la política formal.

Palabras Clave: Ciberactivismo, Liderazgo y Participación Política.

Abstract: The following research analyzes the emergence of female leadership. The organization of this responds to the lack of specific research on youth female leaderships that emerge from collective action. At first, the search focused on the discrediting of young women who wielded political power, that first search was not so effective, since the information it produced evoked yes to women's leaderships, but not to discredit and not specifically of young women. Leadership studies focus more on the practices of a leader in general, on the types of existing leaderships, on how men and women assimilate it, but there are no documents that specialize in a) young people, b) leadership that have nothing to do with the company or with formal politics and c) emerging leaderships (arising from mobilizations of collective action).

Key words: Cyberactivism, Leadership and Political Participation.

Supuestos de Partida o Hipótesis

El ciberactivismo es parte de las estrategias que contribuyen a la construcción de los liderazgos femeninos juveniles que surgen de la acción colectiva. Utilizan la plataforma de Twitter para llevar a cabo acciones políticas de resistencia y para incidir en la agenda feminista. Además, en el ciberespacio han encontrado una forma más efectiva de organización y de comunicación que visibiliza las problemáticas que no habían sido tomadas en cuenta por los actores de la política formal. Las ciberactivistas han obligado a llevar las discusiones y debates más allá del plano digital y han sentado las bases para la

construcción de nuevos liderazgos y dinámicas tanto la práctica política como en la protesta social.

Justificación

Poco se ha discutido acerca de los liderazgos femeninos juveniles que inciden en la esfera pública a través de las plataformas digitales. Si bien la lucha por la reivindicación de los derechos de las mujeres ha sido constante, se hace necesario observar y analizar las nuevas formas de asimilación de los movimientos feministas y de protestas. Y cómo a través de estos se posicionan ciertos liderazgos que a la larga logran incidir de manera directa, no sólo como lideresas de opinión, sino también en la política formal.

La relevancia del tema radica en que existen pocos estudios en México focalizados a los liderazgos femeninos juveniles y a qué el análisis se realizará por el uso de una plataforma digital, que como Acosta (2018) menciona, América Latina es una región en la que un alto porcentaje de ciudadanos usa las plataformas digitales.

Con el avance tecnológico y la aparición de las plataformas sociales, se modifican las dinámicas, de la vida cotidiana, de la manera en que interactúan las personas y por supuesto de las nuevas formas de organizarse para las movilizaciones, resistencias y la acción colectiva. Por ello se pretende, explicar cómo las nuevas formas de interacción digital, contribuyen al fortalecimiento de los liderazgos de las mujeres jóvenes, quiénes se han apropiado de los ciberespacios y han hecho de ellos una herramienta que permite organizar la resistencia y exigencia, trascendiendo de las redes al espacio público.

Preguntas de investigación

General

A) ¿Cómo se generaron las estrategias que construyeron los liderazgos femeninos, en el activismo digital a través de la plataforma de Twitter?

B) ¿Cómo se construyeron los liderazgos que participaron en movimientos de resistencia y activismo digital en Twitter?

Objetivos

General

Explicar el proceso de construcción de los liderazgos femeninos juveniles que surgieron de la acción colectiva y utilizaron como herramienta la plataforma de Twitter.

Específicos

1. Explicar cómo el entorno digital contribuyó al fortalecimiento de los liderazgos femeninos juveniles.

2. Describir y explicar de qué manera se transformó la manera en que las ciberactivistas consolidan sus liderazgos y logran incidir en la agenda, es decir, logran trascender del espacio digital y llevan demandas del ciberespacio a la agenda pública.

3. Analizar el ciberactivismo como el ciberactivismo contribuye a la construcción de los liderazgos femeninos juveniles.

La participación política: Mujeres y juventud

"En la última década las mujeres hemos hablado, después de habernos sentido confinadas por demasiado tiempo a espacios privados e invisibles, las mujeres de todos los continentes estamos invadiendo calles, plazas y demás lugares públicos exigiendo ser escuchadas. En diferentes formas, con diferentes voces, gritando o susurrando en lo que corresponde ya a una rebelión histórica significativa" (Vargas, 1992: 17).

Se puede decir que la participación política de las mujeres en México se da a partir de 1953, año en el que se le otorga el derecho al sufragio. Las mujeres han pasado por un largo y lento recorrido, de electoras a elegibles y de militantes a líderes (Fernández, 2006: p. 127).

(...) las mujeres latinoamericanas, una vez conquistado el derecho al voto, debieron seguir luchando y reivindicando su presencia en los espacios de decisión. Su prolongada exclusión de los ámbitos de poder político ha propiciado que a lo largo de la historia las políticas ignoraran los intereses y necesidades de éstas. Y es en este sentido, que se entiende que una mayor participación femenina en la toma de decisiones repercutirá en la introducción de políticas sensibles al género. (Tello, 2009; p. 13).

En el estudio de Fernández (2006) se entiende que la asunción de las mujeres a la política tiene que ver con la transición a la democracia, y que su incremento se debe a factores como la escolaridad, las luchas históricas por la reivindicación de los derechos y las recientes legislaciones internacionales en favor de la participación de las mujeres. En este sentido Pachón Peña y Wills (2012) consideran que lo que en realidad influye en que las mujeres asciendan al poder es su estado civil, la ocupación que tienen y su nivel de ingresos.

Las investigaciones en torno a la participación de las mujeres en la esfera

pública, por lo general, se enfocan a la participación política convencional, que refiere a la que se constituye por la participación fomentada por el Estado y la constitución (Pachón, Peña & Wills, 2012: p. 367), por ejemplo, la política formal que desempeñan los partidos políticos. Al respecto, dice Martínez (2008), hay dos formas de participación, por un lado, está la postura instrumental, que es en la que se insertan en las instituciones, incluyendo la política formal. Por otro lado, está la postura desdramatizada, que se desliza hacia una conceptualización del sujeto centrada en el placer, que induce una sobre atención de las dimensiones tribales: códigos, emblemas, valores y representaciones que cohesionan al grupo en detrimento de las dimensiones institucionales. (Martínez, 2008: p. 154). El segundo tipo de participación del que habla Martínez (2008), se puede decir que es similar a la participación política no convencional, que de acuerdo al injuve, va más allá de los mecanismos tradicionales e institucionales de participación, pues abarca acciones que van desde manifestaciones legales hasta huelgas ilegales y violencia (Pachón, Peña & Wills, 2012: p. 367).

Bivort, Martínez, Orillana y Farías (2016), reconocen formas de participación y organización juvenil, (que para el tema que se desarrollará son importantes, debido a que no pertenecen al plano de la participación formal) se refiere a los colectivos. Estos, se caracterizan por una organización no jerárquica, con autonomía de gestión, por el uso de acciones políticas directas y con consignas colectivas más relacionadas con la vida cotidiana (Valenzuela 2007; Garcés 2010; Sandoval y Hatibovic 2010 en Bivort, Martínez, Orillana y Farías, 2016, p. 27). El distanciamiento juvenil con las instituciones políticas que para muchos /as es señal de apatía para otros no es sino la lectura en el sentido opuesto de un fenómeno que está llevando a los /as jóvenes a pensar y actuar políticamente de formas no convencionales, donde el voto puede o no ser un instrumento de acción política (Bivort, Martínez, Orillana y Farías, 2016, p. 26).

En lo que refiere a la participación de las mujeres jóvenes, dicen Bivort, Martínez, Orillana y Farías (2016) se está configurando un tipo de ciudadanía, en la que se evita continuar con los modelos masculinos tradicionales, buscando que sea a partir de la influencia de pares, en el que las organizaciones no convencionales aporten a ello.

La participación política de las mujeres latinoamericanas podría resumirse, como una lucha constante de la ampliación del concepto de ciudadanía y por otro lado como un proceso de construcción de un espacio de participación válido en la esfera pública (Pachón, Peña & Wills, 2012, p. 361- 362). Desde esta tesitura, Martínez (2008), dice que el rechazo y la resistencia, llevan a un cambio en la subjetividad y a la probabilidad de que el sistema político se transforme, ya que estas variaciones son resultado de la modernidad, lo que facilita una modificación de los jóvenes como actores de la sociedad.

Liderazgo político de las mujeres

Lo que es relevante para la investigación, tiene que ver con la desacreditación de los liderazgos femeninos, que propiamente en los artículos no lo dice explícitamente. Pero, al hacer los recorridos, se da cuenta de que se hace una fuerte distinción entre hombres y mujeres, no solamente en política, sino en cualquier público.

Dado lo anterior, las discusiones entorno al liderazgo, se centran en los roles que se establecen, respecto al comportamiento que debe tener un hombre y una mujer en un espacio de poder y de toma de decisiones. El debate tiene que ser entorno a los liderazgos femeninos y su acceso al poder, rompiendo creencias de distinción de género y teniendo una perspectiva de apertura del ascenso de las mujeres a la esfera pública. García, Salas y Gaviria (2017) definen el liderazgo como un proceso en el que una persona puede influenciar a otros. De igual manera identifican cuatro perspectivas del liderazgo. En primer lugar, esta la de rasgos, que se refiere a las habilidades que tiene una persona; la segunda tiene que ver con la manera en la que se conducen frente a otros, es decir, como se comportan; la tercera es la situacional que tiene como factor principal el contexto; finalmente, esta la emergente que engloba varios estilos de liderazgo, en el que la persona toma en cuenta las diferentes variables y se adapta a ello. En esta perspectiva se encuentran los estilos de liderazgo transformacional y transaccional planteados por Bass (1985), que han sido los estilos que en la actualidad se estudian en mayor medida en las organizaciones. Por un lado, según Bass (1985), en el estilo transformacional los líderes transforman a sus seguidores y, a su vez, están plenamente conscientes de la importancia que sus puestos tienen para la organización, (...) mientras que el estilo de liderazgo transaccional se compone de recompensa

contingente y administración por excepción. (García, Salas, Gaviria, 2017; p. 29). Según los autores, esta distinción es relevante, porque de acuerdo a sus análisis las mujeres se identifican como líder transformacional, en contraste de los hombres, que se identifican como lideres transaccionales. Los hombres aprenden a mandar, a utilizar cualidades visuales, a ser estrategas y a considerar a los demás como colaboradores o adversarios, y las mujeres a crear y mantener relaciones productivas, a valorar los logros basados en normas internas y a prestar servicio a los demás (Laden, 1987; p. 43; en Riolaba, 2013; p. 146).

Pese a que la diferenciación que se establece entre mujeres y hombres no es negativa, es inevitable que los estereotipos sociales de género continúen definiendo las particularidades que tiene un hombre o una mujer en el liderazgo. Este hecho se puede atribuir a la metáfora de "techo de cristal", que plantea una restricción o barrera invisible de acceso de la mujer a cargos estratégicos y de dirección por su condición de madre o mujer (Barnet, Versat y Wolf, 2003; Davidson y Cooper, 1992; Freeman, 1990; Segerman, Peck, 1991; Turner, 1993 en García, Salas, Gaviria, 2017; p. 29).

Meller (2006:1) considera que las mujeres están entre el techo de cristal y el piso engomado, donde el techo de cristal es la limitación invisible que tienen en las organizaciones para su desarrollo gerencial y el piso engomado o pegajoso este marcado por las propias limitaciones (Fernández, 2006; p.121). Evidentemente las mujeres se ven limitadas para acceder a puestos de mayor rango en las organizaciones, debido a que la cultura organizacional opera como barrera que mantiene el techo o laberinto de cristal y entorpece el acceso de las mujeres a los puestos de responsabilidad (Barbero, et al, 2000, p. 51; Ramos, 2005; p. 41; en Ruiloba, 2013; p. 145).

García, Salas y Gaviria (2017) consideran que el problema de las mujeres respecto a que obtengan puestos de mayor responsabilidad, radica en el rol que la sociedad les ha asignado, debido a que existe un profundo desequilibrio entre hombres y mujeres, ellas, se ven forzadas a elegir entre su situación profesional y familiar. (...) todavía persisten estereotipos de género, que se plasman, posteriormente, en la atribución de características directivas a hombres y mujeres (Ruiloba, 2013; p. 146). Esta situación provoca que las mujeres asuman un rol similar al masculino. En palabras de

Fernández (2006), las mujeres se enfocan a tener que demostrar a tener mayores méritos, grados académicos, demostrar sus capacidades (que en general son puestas en tela de juicio) y la elección entre una vida profesional o más personal (que tendría que ver con el matrimonio y la maternidad).

Las dificultades que tienen las mujeres para acceder a los puestos altos en cualquier organización, traen como como consecuencia inmediata, dice Ruiloba (2013) es la aculturalización, por ende, se normalizan los comportamientos masculinos por parte de las mujeres en puestos de poder. La espiral de visibilidad y vulnerabilidad en la que opera el liderazgo de las mujeres, se concreta en que son evaluadas más firmemente que sus compañeros varones (Kram y Mc Collom, 1998; p.10; Rhode, 2003; p. 9; en Ruiloba, 2013; p. 145). Los estereotipos de eficiencia, honestidad y capacidad de la mujer, pueden llegar a ser contraproducentes, en el sentido de elevar expectativas, con lo cual, las mujeres políticas pueden tener mayores dificultades para probar sus aptitudes o ser juzgadas con más dureza (Fernández, 2006; p. 123).

TIC, redes sociales y ciberactivismo: la triada para las nuevas formas de protesta femenil

La importancia de este apartado radica en que la discusión que se propone tiene que ver con el ciberactivismo femenino en la red social Twitter (que será el espacio en el que se enfocará el estudio, debido a que es ahí donde se genera el debate). Por ello, es pertinente entender que son las TIC, las redes sociales y el ciberactivismo.

El ciberespacio acelera, amplifica, ofrece la capacidad de transfigurar, resignificar y profundizar tendencias y estructuras sociales. Al mismo tiempo, ofrece al activismo herramientas de acción política: convocatoria a campañas vía redes sociales, grupos y foros de discusión, newsletters, boletines, correo electrónico, documentos elaborados en línea, portales de colectivos feministas, sitios web de organizaciones y agencias de información con perspectiva de género, etc. (Rosales, 2018: p. 72).

La aparición de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), significaron un cambio en la manera de informarse, de generar redes y en general de interactuar. Las posibilidades que brindaron, modificaron incluso, las formas de hacer protesta social y política formal. Menéndez

(2011) considera que lo que caracteriza a las TIC es que son instantáneas, hay mayor desorganización, sin embargo, estás tienen mayor capacidad de información, mayor alcance, es decir, una amplia cobertura y la accesibilidad de servir para diferentes causas. Acosta (2018) aporta a este tema diciendo que las TIC permiten la ampliación de los mensajes, visibilizar problemáticas sociales y la posibilidad de definir agenda. Por lo tanto, las TIC juegan un papel determinante en la sociedad actual. Estamos en un momento en el que es a través de estas, que la ciudadanía no sólo se comunica, sino que también se informa. Internet no es sólo el medio a partir del cual se comunican muchos de los activistas, sino que es una forma de acción que permite una individualización no aislada (Rovira, 2013: p. 116).

En las acciones de la información y el conocimiento, la acción colectiva suele tener como epicentro a las TIC (Castell, 2009; 2012). Esto permite afirmar, por un lado, el uso de las redes como herramientas de participación política y por otro, que las TIC no son sólo un canal de expresión de los movimientos sociales sino, además, un componente relevante para comprender su configuración (Acosta, 2019: 118).

Como diría Acosta, el espacio digital se convierte en un lugar de participación y discusión de lo público. En el que el espacio digital se presenta como una nueva vía de participación en la que la ciudadanía cobra un nuevo valor en términos de activismo y deliberación sobre los asuntos públicos (Acosta, 2019: 121). De acuerdo con Menéndez (2011), las TIC con el internet permiten tener nuevos canales de información y de participación ciudadana. La función de integración mediática se actualiza a través de las TIC, que se convierten en táctica de la acción social colectiva (Menéndez, 2011; p. 87).

La sociedad de la información y el conocimiento, entendida como nuevo paradigma de las teorías de la comunicación, permite mostrar como el uso de las TIC resulta una fértil herramienta de activación política ciudadana. Además, la discusión que se dio en los microsistemas digitales se amplificó y materializó en una acción colectiva. (Acosta, 2018; p. 6).

Las nuevas tecnologías como canales de información y comunicación se convierten en recursos estratégicos de la acción social colectiva (Menéndez, 2012; p.87). Así mismo, las redes sociales son parte de la cotidianeidad de las personas, que les

permite interactuar e incluso organizarse. Además, hay que considerar que su uso aumenta cada vez más. El informe 2017 de Latinobarómetros sostiene que las redes sociales se han convertido, para un tercio de América Latina en una fuente de comunicación política sustituyendo los medios formales (Acosta, 2018; p.10). Por un lado, el uso de las redes como herramientas de participación política, y por otro, que las TIC no son sólo un canal fundamental de expresión de los movimientos sociales, sino, además, un componente relevante para comprender su configuración (Acosta, 2018; p. 7). A esta discusión aporta Medina (2016) al decir que hay un despertar de la ciudadanía crítica, de aquellos que entienden las redes y que permiten la comunicación, siendo los ejercen algún tipo de influencia.

El uso de las redes sociales (...), a través del mundo, se ha intensificado, especialmente entre los adultos jóvenes. Lo interesante de este perfil de grupo es la edad, ya que son los usuarios más asiduos en el uso de los medios sociales; y cada día van más en aumento con el fin de obtener información en torno a la política, creación de contenido referente al tema actual y expresando los diversos puntos de vista políticos. (Gelpi Texeira, Rodrigo, 2018; pp.30)

De acuerdo con Gelpi, las redes sociales tienen diferentes utilidades, entre ellas esta la de transformar, ya que han modificado la comunicación, en cuanto tiempo, tipo e incluso naturaleza, dice el autor, que ya no se requiere de los medios tradicionales (tales como prensa y televisión) para mantenerse informado de lo que sucede alrededor del mundo. De este modo hay una modificación en la cotidianeidad de las personas, al punto de que estar interconectado se ha vuelto una necesidad.

Internet y las redes sociales han rediseñado los espacios y la forma de hacer política; instaurando otras subjetividades y estructuras organizativas que se caracterizan por ser descentralizadas y con múltiples nodos que les permite conectarse a numerosas redes (Burgos, 2015: p. 3). Dado lo anterior, se puede afirmar que las redes sociales se usan como herramientas que han modificado las dinámicas de la protesta, a través del ciberactivismo. Dice Burgos (2015) que las redes como Facebook, Twitter o Youtube, han transformado la manera en la que las personas se interrelacionan, desde cómo se comunican, hasta cómo se organizan. Las redes sociales son en la actualidad medios de generación y difusión de información, pero también son las vías de

contacto de millones de personas en todo el mundo. (Ramírez, 2019: p. 2). De acuerdo con Acosta (2018), los ciudadanos y principalmente las mujeres, a través de las redes han generado un espacio que trasciende los limites de lo digital, para propiciar la configuración de agendas para la elaboración de estrategias para la acción colectiva. También, (...) el uso intensivo de internet y de redes sociales ha transformado radicalmente la forma de hacer política y las posibilidades de autoorganización de los sistemas sociales a gran escala (Toret, 2015: p. 163).

En las últimas décadas, los cambios más significativos en los repertorios de protesta tienen que ver con: 1. La relevancia creciente de las redes digitales en acciones cada vez más prefigurativas impregnadas de hacer un hacker, y 2. Un devenir feminista o feministación de las movilizaciones sociales, que va más allá de las mujeres o las feministas. (Rovira, 2018: p. 224).

(...) en tanto estrategia, el ciberactivismo es considerado como una forma no convencional de participación política que utiliza la tecnología como un campo abierto de acción a través de distintas plataformas digitales. (Ramírez, 2019: p. 4). Como diría Acosta (2018) nos encontramos inmersos en un sistema donde la ciudadanía va cambiando sus formas de accionar, generando otras formas de participación, así como la modificación en las maneras de comunicarse, planear y de organizarse para la acción colectiva. Sin embargo, la dependencia digital da origen a una lógica nueva en la comunicación, según la cual el poder se construye a través de un vínculo cotidiano y de reciprocidad con la ciudadanía (Rosales, 2018: p. 71).

El ciberactivismo es toda una forma de participación que se da por medio del uso de las TIC, distinguiéndose porque persiguen cambiar la situación actual a través de la movilización (Gonzáles, Becerra y Yanez, 2016: p. 48). En este sentido las dinámicas de los movimientos de resistencia y protesta femeninos se han ido modificando y han utilizado la tecnología como herramienta que permite la difusión de manera amplia, así como la organización sin que las participantes se tengan que encontrar de manera física en algún espacio. Debido a que se han utilizado los medios de moda para promover los movimientos porque permiten captar un número mayor de posibles participantes (Gonzáles, Becerra y Yanez, 2016: p. 52). Además de que el ciberactivismo, se sirve de las plataformas

digitales como herramientas de socialización y debate (Acosta, 2018: p. 15), que es justamente lo que configura las nuevas formas de organización de las mujeres para la acción colectiva y la participación política, debido a que representa una manera distinta de incidir en la esfera pública, sin involucrarse en la política formal (por ejemplo, a través de la afiliación partidaria). Lara (2018) considera que el ciberactivismo, busca propiciar un ambiente offline y online en la política, que contribuya a la apropiación del espacio de toma de decisiones.

Es a través del ciberactivismo, que las mujeres buscan visibilizar problemáticas sociales que las afectan de manera más directa que a los hombres. Temas como el aborto, derechos laborales, sociales y reproductivos se retoman en sus agendas como parte de resistencia y lucha, cuyo objetivo es la reivindicación del Estado frente a estás demandas.

El activismo digital de las mujeres ha puesto una potencia para el feminismo no sólo porque expande y visibiliza los temas feministas en la esfera pública. Sino también porque promueve una nueva dinámica de implicación con una dimensión de autoflexibilidad sobre temas de privilegio, diferencia y acceso. (Rovira, 2018: p. 228).

Como dirían Cortés, Parra y Domínguez (2008), las mujeres que participan han resistido, han decidido ser parte activa en la esfera pública y se han ganado el reconocimiento de sus compañeras, así mismo, han accionado para transformar sus condiciones. (...) los espacios del activismo se ven permeados por las redes, que son a la vez el medio de comunicación, la forma de organización (redes libres de escala que irrumpen en el espacio público como enjambres) y el ideal normativo. (Rovira, 2018: p. 224).

Aunque pareciera que en el ciberactivismo todo es positivo, no es así. Dice Rovira (2018) que las protestas en red, traen consigo otro tipo de violencias que ocurren desde el anonimato, qué, evidentemente buscan la intimidación y le fin del movimiento. Pese a esta situación de ciber acoso, albergado en el anonimato, el crecimiento del feminismo digital ha ocurrido al tiempo que las protestas en las calles (Rovira, 2018: p. 233).

3.4 Twitter como espacio de protesta femenina y de organización para la acción colectiva

América Latina es la región con mayor involucramiento en redes sociales a nivel global (Acosta, 2019; p. 119) y Twitter es una plataforma que provee un servicio de

microblogging, por medio del cual, permite a sus usuarios leer, difundir y recibir mensajes que no superen los 140 caracteres (Acosta, 2019; p. 120), también, es considerado uno de los espacios de comunicación, más importantes en la política actual (Maranon, Maeda y Saldierna, 2018; p. 73). La característica principal de Twitter es el hashtag, que permite la organización de contenidos mediante la categorización de la información (Kaplan y Haenlein, 2010, p. 67; en Gelpi, 2018; p. 32). Por otra parte, (...) los procesos globales de la mente colectiva consideran a Twitter como una herramienta para la expresión del estado de ánimo político donde se producen microrrelatos. (Lara, 2018: p. 15).

(...) las redes sociales como Twitter son también el espacio desde el que se configuran las representaciones de estas líderes; así como desde el que asociaciones feministas pueden luchar por la igualdad de género, ya que Twitter configura una plataforma óptima para construir redes colectivas online, que al mismo tiempo permiten a sus miembros configurar una identidad pública (Medina, 2014; p. 258).

Se trata del traslado de la vida a las redes sociales. Al ciudadano en redes sociales le permiten ser una persona actual, sentir que tiene presencia, sentir que esta interconectado y que es escuchado (Menéndez, 2012; 89). Desde esta tesitura, se puede decir que Twitter se ha posicionado como una red de comunicación e información. Además, se le puede considerar como una plataforma en la que se genera debate y que da cabida no sólo a la política formal, también a los movimientos sociales emergentes, brindándoles un espacio de discusión, de posicionamiento, de apertura a temas que probablemente han sido un tabú en las sociedades latinas.

Las formas iniciales de participación pueden clasificarse como no convencionales entendidas como aquellas formas que rebasan los mecanismos de control de las instancias de poder, que reflejan la manera como históricamente han empezado a incursionar las mujeres en el espacio público. (Cortés, Parra y Domínguez, 2008: p. 45).

Ejemplo de ello es el movimiento #NiUnaMenos, que fue una construcción colectiva a través de los microsistemas digítales, que posibilitaron una dinámica de participación masiva que le permitió desafiar no sólo las estructuras sociales tradicionales sino también a los poderes políticos (Acosta, 2018; pp. 16).

Dice Acosta que los movimientos sociales han apelado a los medios digítales, e incluso sirven de herramienta para la acción colectiva. Menéndez aporta que también son recursos estratégicos para expresar el conflicto social. Los movimientos sociales recurren a las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación para amplificar las bases de sustento de la protesta (Cammaerts, 2012; en Acosta, 2019; pp. 118). Al respecto, Burgos (2015) considera que las movilizaciones han permitido una nueva configuración de la acción colectiva y el uso de la tecnología ha posibilitado cambios en las estrategias y en la comunicación.

De acuerdo con Acosta, los movimientos sociales convocados por la red tienen ciertas ventajas y particularidades, por ejemplo: a) se vuelven más visibles, justamente por el alcance que tienen las redes, es decir rebasan fronteras; b) no son el resultado de la participación tradicional, con esto se refiere a que pueden ser el resultado de movimientos emergentes; c) pueden llegar a tener influencia en otros espacios, es decir, no se quedan en las redes; y d) son movimientos en red, en concreto, no son movimientos aislados. De esta manera las plataformas digítales funcionan también como espacios de socialización.

Las redes no sólo han servido para construir y coordinar la movilización, sino que también se han constituido en una plataforma que articula desde una perspectiva tecnopolítica estrategias de acción, pensamiento y organización social (Burgos, 2015: p. 5). De acuerdo con Burgos (2015), las movilizaciones rompen las barreras del internet, pudiendo generar protesta en diferentes espacios, además de que se pueden viralizar con mayor facilidad, dadas las plataformas. (...) las multitudes conectadas logran agrupar y sincronizar los cerebros y cuerpos en los sujetos a través de dispositivos tecnológicos y comunicativos (Burgos, 2015: p. 7). Los movimientos y colectivos activistas buscan siempre construir estos espacios de opinión, de comunicación alternativa que luchan contra las ideas hegemónicas y a la vez contrarrestar la omisión mediática o la representación simplificada o tergiversada de las protestas en los medios masivos. (Rovira, 2013: p. 107).

Los movimientos sociales recurren a las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación, para amplificar las bases de su protesta (Acosta,

2018: p. 7). En este sentido, las tic representan un canal virtual para la construcción de redes sociales y una nueva táctica de la acción colectiva. Porque las redes sociales online reconfiguran virtualmente los vínculos sociales (Menéndez, 2011: p. 86). En la participación activa (...) se destaca el gusto por expresarse de manera libre, la participación electrónica como forma de comprometerse con las causas y no con la afiliación a organizaciones al participar (González, Becerra y Yanez, 2016: p. 48).

Rovira (2013) afirma que los movimientos sociales trascienden limites geográficos, debido a que hay elementos en común dentro de la acción colectiva, donde, las protestas aparecen en defensa de la vida. (...) es un hecho empírico que a partir de la participación en movilizaciones la gente hace un uso más intensivo y más político de las redes electrónicas y no al revés. (Rovira, 2013: p. 127).

La paulatina feministización de las formas y de los marcos de significado. No sólo cada vez hay más mujeres manifestándose públicamente y la defensa de la reproducción de la vida y el cuidado (como espacio al que han estado confinadas las mujeres) se vuelve central ante la violencia a todo nivel, sino que hombres y mujeres en las luchas emancipatorias actuales hacen especial énfasis en revisar las formas de autoridad en los procesos organizativos y ponen en cuestión las valencias jerarquizadas: ya sea público/privado, producción/reproducción, individuo/ colectivo, identidad/anonimato, abriéndose a un tercero excluido e inapropiable. (Rovira, 2018: p. 225).

En este sentido dice Rovira que las tic sirven como herramientas que fortalecen la participación al mismo tiempo permiten que se genere activismo sin jerarquías, sin tener que tener una estructura centralizada. Dado lo anterior, Twitter se vuelve la plataforma ideal para manifestarse, en 140 caracteres se puede emitir una opinión que puede o no ser tomada en cuenta. En este caso, dice Rovira (2013) que la presencia en Twitter no garantiza que exista algún impacto a la hora de compartir algún tipo de contenido, u opinión.

A manera de conclusión

Para que la mujer fuera reconocida como un actor en la política tuvo que pasar por un proceso ampliamente complejo, las condiciones en las que se encontraba la sociedad a principios del siglo XX eran retrogradas, es decir, la mujer no tenía un

valor como persona, más bien como objeto por lo tanto su opinión no contaba en ninguno de los ámbitos de la vida cotidiana. Un factor importante que permitió cambios en las relaciones interpersonales fue la influencia de los movimientos feministas de Europa y Estados Unidos.

Tomando en cuenta que la incidencia de las mujeres en el terreno de lo público es muy reciente, se vuelve imprescindible hablar acerca del surgimiento y consolidación de los liderazgos femeninos y como estos son descalificados, pues, se pone en tela de juicio la capacidad de las mujeres para la toma de decisiones. En este sentido, el discurso feminista ha logrado incidir en el Estado, pero éste lo ha tomado y cooptado para explotarlo a su antojo y conveniencia. Por lo tanto, el reto para las feministas debiera ser el de convertirse en una fuerza política capaz de ser interlocutora y plantear políticas públicas que beneficien a las mujeres, o bien, ofrecer opciones para las mujeres de todas las clases sociales y pernear con sus reivindicaciones a todos los partidos políticos.

Además, la tecnología en definitiva ha modificado la manera en la que nos relacionamos, comunicamos e incluso la manera en la que nos manifestamos. Las tecnologías de la información y la comunicación han permitido transformar el silencio en lenguaje y acción, en el sentido que señalaba Lorde. (Pedraza & Rodríguez, 2019: p. 198). relacionarse, intercambiar y evaluar información y organizarse en grupos de interés de diversa índole son actividades que para un porcentaje creciente de la población se ha convertido en un eje nodal de sus interacciones culturales, políticas, sociales y económicas. (Gandlgruber, Ricaurte, 2010: p. 58).

La apropiación del ciberespacio, ha permitido tener una incidencia distinta, con la que se busca impactar diferentes espacios de la sociabilidad y por supuesto se espera que tenga un mayor alcance y reacción. Por ello, hay que (...) entender el alcance político y social de la cultura digital y del entorno tecnológico como forma de vida contemporánea, como el ambiente en donde se desarrollan nuestra vida y nuestras luchas (Nathanson, 2013: p. 24).

Referencias

1. Acosta, Marina (2018), “Ciberactivismo feminista. La lucha de las mujeres por la despenalización del aborto en Argentina”, Sphera Publica, [Consultado el 28 de septiembre de 2019], ISSN: 1576-4192

Número 18 Vol. II pp. 02-20. Disponible en: file:///C:/Users/biblioteca/Downloads/Sphera2018.pdf

2. Acosta, Marina (2019), Violencia de género y tecnopolítica. La génesis del movimiento #NiUnaMenosEnArgentina, Colección Isumisos Latinoamericanos, [Consultado el 27 de septiembre de 2019], ISBN 978-987-3990-36-6. Disponible en: file:///C:/Users/biblioteca/Downloads/CapNiUnaMenos.pdf

3. Bivort, Bruno, & Martínez-Labrín, Soledad, & Orellana, Cristian, & Farías, Fernando (2016). Mujeres jóvenes y ciudadanía en Chile: Una mirada a las nuevas configuraciones políticas. Revista de Sociología e Política, 24(59), undefined-undefined. [fecha de Consulta 20 de septiembre de 2019]. ISSN: 0104-4478. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=238/23847413002

4. Burgos Pino, Edixela Karitza (2015). La tecnopolítica y la acción colectiva en la sociedad red. Razón y Palabra, núm. 89, marzo-mayo. Universidad de los hemisferios Quito, Ecuador. Disponible en: http://razonypalabra.org.mx/N/N89/V89/19_Burgos_V89.pdf

5. Cortés, Ramírez, Dennys Andrea, Parra, Alfonso, Gladys y Domínguez, Blanco, María Elvira (2008). Participación Social y Política: Estudios de Liderazgos Femeninos en Bogotá y Cundinamarca (Colombia). International Journal of Psychological Research 2008. ISSN 2011 - 7922 Vol. 1, No. 1, pp. 40 – 48. [Consultado el 30 de octubre de 2019]. Disponible en: https://www.redalyc.org/pdf/2990/299023503007.pdf

6. Fernández Poncela, Anna María (2006). Mujeres y política en América Latina: dificultades y aceptación social. Argumentos, 19(51). [fecha de Consulta 16 de septiembre de 2019]. ISSN: 0187-5795. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=595/59505105

7. García Solarte, Mónica, & Salas - Arbélaez, Laura, & Gaviria Martínez, Édgar (2017). Estilos de liderazgo de hombres y mujeres en las Pymes. AD-minister, (31), undefined-undefined. [fecha de Consulta 17 de septiembre de 2019]. ISSN: 1692-0279. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3223/322353489002

8. Gelpi Texeira, Rodrigo (2018). Política 2.0: las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política.

Estudio: caso Uruguay. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Madrid. Disponible en: https://eprints.ucm.es/49515/1/T40361.pdf

9. Lagarde, Marcela, "El género", fragmento literal: 'La perspectiva de género', en Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia, Ed. horas y HORAS, España, 1996, pp. 13-38. [Consultado el 9 de noviembre de 2019]. Disponible en: https://catedraunescodh.unam.mx/catedra/CONACYT/08_EducDHyMediacionEscolar/Contenidos/Biblioteca/Lecturas-Complementarias/Lagarde_Genero.pdf

10. Lamas, Marta (2000). Diferencias de sexo, género y diferencia sexual. Cuicuilco, vol. 7, núm. 18, enero-abril. Escuela Nacional de Antropología e Historia Distrito Federal, México [Consultado el 9 de noviembre de 2019] Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35101807.

11. Lara, Delgado, Jonnhy (2018). E-democracy y ciberactivismo: redes activistas contra las violencias de género entre 2015 y 2017 en México. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. [Consultado el 28 de octubre de 2019] Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/326381491.

12. Maranon Lazcano, Felipe & Maeda González, Carla María & Saldierna Salas, Alma Rosa (2018). La mujer política en Twitter: análisis de los mensajes emitidos por candidatas a gubernaturas en México. Revista científica de estrategia, Tendencia e Innovación en Comunicación #16. Universitat Jaume I. pp. 71-92 Disponible en: http://dx.doi.org/10.603512174-0992.2018.16.5

13. Martínez, Jorge Eliécer (2008). Participación política juvenil como políticas del acontecimiento. Revista Argentina de Sociología, 6(11), undefined-undefined. [fecha de Consulta 13 de septiembre de 2019]. ISSN: 1667-9261. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=269/26911765008

14. Medina Vicent, María (2014). Discursos mediáticos a través de Twitter. Imágenes sobre el liderazgo empresarial de las mujeres: #liderazgofemenino. Departament de Filosofia i Sociologia, Universitat Jaume I, Disponible en: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/145567/Medina-Vicent%2C%20Maria%20-%20Discursos%20medi%C3%A1ticos%20lid

erazgofemenino%20%283%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR0jlXib_gqKTDC0XWdC1gJ0HipFhl3GZxQYAbZH5JFnX1qR5RrlGviDqQ4

15. Menéndez, María Cristina (2011). Las redes sociales y su efecto político. Revista Telos, p. 85- 93. Madrid. Disponible en: https://es.scribd.com/document/296396199/M-C-Menendez-Las-Redes-Sociales-y-Su-Efecto-Politico

16. Pachón, Mónica, Peña, Ximena, & Wills, Mónica. (2012). Participación política en América Latina: Un análisis desde la perspectiva de género. Revista de ciencia política (Santiago), 32(2), 359-381. [Fecha de consulta 22 de septiembre de 2019], disponible en: https://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2012000200002

17. Ramírez, Morales, María del Rosario (2019). Ciberactivismo menstrual: feminismo en las redes sociales. Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad e-ISSN: 2007-3607 Universidad de Guadalajara Sistema de Universidad Virtual México. [Consultado el 7 de noviembre de 2019]. Disponible en: http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/438.

18. Rosales, María, Belén (2018). Ciberactivismo: praxis feminista y visibilidad política en #NiUnaMenos. Pléyade 22, julio-diciembre. Online ISSN 0719-3696 ISSN 0718-655X / pp. 63-85. [Consultado el 3 de noviembre de 2019] Disponible en: http://www.revistapleyade.cl/wp-content/uploads/4.-Rosales_Ciberactivismo.pdf

19. Rovira, Sancho, Giomar (2013). De las redes a las plazas: la web 2.0 y el Nuevo Ciclo de Protestas en el mundo. Acta Sociológica, núm. 62, septiembre- diciembre, pp. 105-134. [Consultado 6 de noviembre de 2019] Disponible en: http://www.revistas.unam.mx/index.php/ras

20. Rovira, Sancho, Giomar (2018). El devenir feminista de la acción colectiva. Las multitudes conectadas y la nueva ola transnacional contra las violencias machistas en red. Teknokultura ISSNe: 1549-2230. Ediciones complutense. [Consultado el 8 de noviembre de 2019] Disponible en:http://dx.doi.org/10.5209/TEKN.59367.

21. Ruiloba Núñez, Juana María (2013). Liderazgo político y género en el s. XXI. Entramado, 9 (1), undefined-undefined. [fecha de Consulta 15 de septiembre de 2019]. ISSN: 1900-3803. Disponible en: <a xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" target="_blank" href="

http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2654/265428385009">

22. Tello Sánchez Flavia Mabel (2009). La participación política de las mujeres en los gobiernos locales latinoamericanos: barreras y desafíos para una efectiva democracia de género. Centro eurolatinoamericano de formación, política, mujeres y ciudad. Disponible en: file:///E:/participacion_mujeres_gob_locales_flavia_mabel_tello.pd

23. Toret, Javier (coord.) (2015). Tecnopolítica y 15M. La potencia de las multitudes conectadas. Un estudio sobre la gestación y explosión del 15M. Barcelona: UOC. [Consultado el 11 de noviembre de 2019]. Disponible en: https://xabierbarandiaran.files.wordpress.com/2015/05/barandiaran_n_aguilera_-_2015_-_neurociencia_y_tecnopolitica_15m_-_tecnopolitica15m_cap.pdf.

24. Vargas, Virginia (1992) Cómo cambiar el mundo sin perdernos. Movimiento de mujeres en el Perú y América Latina, F. Tristán, Universidad de Te

Análisis de la representación de la violencia de género configurada en las campañas audiovisuales del Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género- Chile (2014-2017).

Alicia Lorena Rey Arriagada

1. Introducción

Una vez retomada la democracia en Chile, los sucesivos gobiernos de la Concertación por la Democracia instalaron en la agenda pública, variadas temáticas de género que durante los años de dictadura habían quedado relegadas al ámbito académico universitario o habían estado amparadas bajo el trabajo de ONG internacionales. En este contexto, durante el gobierno de Patricio Aylwin Azocar (1990-1994) se crea el Servicio Nacional de la Mujer (Sernam), organismo que -sin tener el estatus de ministerio- estuvo encargado de colaborar con el Poder Ejecutivo en materias referidas a políticas de género, según la ley N° 19.023. A partir de este organismo se institucionaliza el estudio y la investigación acerca de las temáticas relacionadas con la mujer para orientar el diseño de políticas públicas en estas materias, tendientes al desarrollo social.

Recién en 2015, bajo el segundo gobierno de Michelle Bachelet Jeria, se crea el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, al amparo de la Ley N° 20.820. Dentro de sus variadas funciones se cuenta el planificar y desarrollar políticas de orden público, tendientes a la igualdad de derechos entre hombres y mujeres, velar por el ejercicio de las libertades fundamentales de estas, así como por el cumplimiento de las obligaciones contenidas en los tratados internacionales suscritos por Chile en materia de violencia de género. A partir de estos lineamientos surge el “Plan Nacional de Acción en Violencia Contra las Mujeres”, compuesto por una serie de campañas publicitarias elaboradas en el segundo gobierno de Michelle Bachelet (2014-2018).

Las campañas producidas en este periodo de tiempo resultan de especial interés debido a dos razones. La primera, radica en que en 2016 la agenda pública chilena se ve marcada por un emblemático hecho de violencia de género que remeció al país. Los trabajos periodísticos de prensa, radio, televisión y redes sociales cubrieron en detalle el caso de Nabila Rifo Ruiz, mujer que fue víctima de femicidio frustrado, luego que su pareja le arrancara los globos oculares. A raíz de este suceso, en Chile se comienza a debatir fuertemente acerca de la figura delictual del femicidio y de las políticas públicas que no han logrado disminuir los índices de violencia de género, problemática que ha motivado multitudinarias manifestaciones tanto en Chile como en el resto del mundo, marcando la agenda política así como la de los medios de comunicación. La segunda razón que hace atrayente el material que constituye el corpus de análisis de este trabajo, es que se trata de un discurso gubernamental, emitido desde la voz del poder. En este sentido afirmamos que a partir de esta clase de discursos, la dicotomía mente/mundo es reemplazada por la dualidad discurso/mundo, la cual posee injerencia en la constitución de la realidad social, pues –como afirma Santander (2011)- esta no puede ser separada de los discursos que en la sociedad transitan, ya que el conocimiento del mundo radica en los enunciados que en ella circulan.

2. Marco Teórico

2.1. Publicidad Social y Legislación. Algunas breves consideraciones

Si se piensa que vivimos en una sociedad letrada gobernada no tan solo por el uso de la escritura, sino también por la utilización de las imágenes, entonces la unión de ambos componentes fija, estatiza y estructura un orden que luego de un tiempo pareciera "ser natural". En tal contexto, el lenguaje –entendido en una amplia dimensión- ejerce una importante función en los modos de percibir el mundo circundante y la forma en la que se ejecutan las prácticas sociales. Con tales antecedentes, ya es bien sabido que la publicidad, entendida como "cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado" (Kotler & Amstrong, 2013:p.470) se instala con mayor fuerza a partir de la aparición de los mass media. Pero en las sociedades modernas, la agenda de los gobiernos también requiere de las técnicas y métodos de esta disciplina

para abordar problemáticas de índole social. Así surge el concepto de publicidad social definido como

> la actividad publicitaria o comunicativa que es de carácter persuasivo, intencional e interesado que sirve, a través de los medios publicitarios, a causas concretas de interés social, y que, por lo tanto, se plantean objetivos de carácter no comercial, buscando efectos que contribuyan, ya sea a largo plazo, en el desarrollo social y/o humano, y formando parte, o no, de programas de cambio y concienciación social (María Cruz Alvarado, 2010: p.336)

No obstante, este tipo de publicidad genera un nuevo reto. En palabras de Eloisa Nos Aldás (2007) este consistiría en "desvelar las realidades que le preocupan, poner de manifiesto sus causas, transmitir las razones por las que considera que hay que abordarlas, y hacer llegar sus propuestas de cambio." (p.284). En suma, a este tipo de publicidad le interesa trabajar en pos de un objetivo que atañe a un colectivo en vistas a generar mejoras de tipo social. Es así como las entidades gubernamentales (o también llamadas anunciantes sociales) han comenzado a asumir responsabilidad directa, a partir de lo cual se generan políticas públicas de diferente índole. En el caso que sirve de objeto a este análisis, la violencia hacia la mujer, producto del alto índice de femicidios perpetrados en Chile (193 mujeres muertas por este delito en los últimos 5 años) ha implicado que el gobierno de turno integre a sus políticas campañas comunicacionales o también llamadas de sensibilización para intentar frenar este tipo de casos y con ello disminuir las estadísticas que no solo afectan a las mujeres, sino a todo un entorno familiar. Por lo mismo, las campañas de índole social intentan "aportar a la sensibilización que debería suponer la disminución paulatina del número de víctimas de la violencia de género" (Camarero y Marcos, 2012:p.18), por lo cual este tipo de campañas intenta "contrarrestar parte de las causas que posibilitan los malos tratos, respondiendo a un análisis determinado del problema, haciendo así posible neutralizar algunos obstáculos que se opongan a su erradicación" (Molina y González, 2005 citado en Camarero y Marcos, 2012:p.21).

En Chile, la regulación de la actividad comunicacional del Gobierno no está establecida de manera exhaustiva, dificultando así su ejercicio y además generando controversias de índole político. Por un lado, al gasto público y a la falta de límites expresos y, por otro, a la eventual realización de campañas de cuestionado

interés público, las que podrían exceder la autorización normativa pudiendo surgir el eventual ejercicio de propaganda política con fondos públicos por parte del gobierno de turno. Lo anterior además atenta a lo establecido por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, mediante su Rectoría Especial para la Libertad de Expresión, donde se "ha presentado una serie de principios básicos para la regulación adecuada de la intervención del Estado en el contenido de los medios de comunicación, la publicidad oficial y las campañas comunicacionales de interés público" (Cristóbal Osorio y Gerardo Ramírez, 2016: p.141). Según la comisión antes citada, dentro de los principios rectores que guían la ejecución de la publicidad o comunicación de gobierno se menciona: el establecimiento de leyes especiales, claras y precisas con el fin de reducir la discrecionalidad y los posibles abusos en materia de publicidad oficial, respetar los objetivos legítimos de la publicidad oficial, el establecimiento de criterios no discrecionales de distribución de la pauta estatal, la posesión de una planificación adecuada, una asignación de recursos publicitarios a través de procedimientos abiertos, transparentes y no discriminatorios, el respeto y la promoción del derecho a la transparencia y acceso a la información y la aceptación del control externo de la asignación publicitaria, junto con el mantenimiento y protección del pluralismo informativo.

Pero independiente de la diversa legislación existente o de la ausencia de ella en torno a la elaboración y puesta en práctica de la publicidad de carácter social, es claro que los elementos que la conforman se insertan al interior de una cultura, la cual se construye a través de una multiplicidad de voces discursivas que cruzan al ser humano y que producen una cadena de significaciones para gestar las diferentes subjetividades o -como sostiene Rita Segato (2003)- conformarnos a partir de una serie de "chips" (anclados principalmente en la costumbre), ante lo cual la publicidad se torna un elemento crucial, porque -como señala la misma autora- esta cadena de "chips" bien puede ser transformada o "desinstalada". Lo anterior, a juicio de Segato (2003), se produciría a través de la instalación del derecho que opera como conformador de moralidades nuevas. Sin embargo -como ya sabemos- ello no es inmediato. Los derechos (o la implementación de los nuevos derechos) que desnaturalizan la violencia de género,

requieren de un tiempo que permita nuevas conformaciones, en cuyo proceso la mediatización es importante, pues

> La visibilidad de los derechos construye, persuasivamente, la jurisdicción. El derecho es retórico por naturaleza, pero la retórica depende de los canales de difusión, necesita de publicidad. Es necesario que la propaganda y los medios de comunicación en general trabajen a favor de la evitabilidad, y no en su contra. (Segato, 2003: p. 144)

Lo anterior bien puede producirse a partir de la formulación de leyes más justas que, en consecuencia, propendan a generar un cambio de conciencia en la ciudadanía, de tal modo que la historia deje de ser un escenario estático y prestablecido para dar paso a constantes reformulaciones en pro de un bien común e instalar –como sostiene Segato (2003)- una nueva norma moral que llegue a ser preponderante.

2.2. Representación de la Mujer

Como ya sabemos la realidad no es algo dado, sino más bien una entidad elaborada por todos los miembros de un colectivo, ya que esta se construye socialmente (Berguer y Luckmann, 1966). Es decir, las formas en que el conocimiento se objetiva, se institucionaliza y se legitima son diversas y bien pueden transformarse según cambie la relación entre el individuo y la sociedad. En tal sentido, las representaciones y los sistemas representacionales que en torno a ellas se conforman son siempre "portadoras de significados que se materializan a través del uso del lenguaje, sea escrito, visual, auditivo, corporal, etc." (Darrigrandi y Victoriano, 2009: p 248). Lo anterior implica entonces que en dichos procesos cognitivos se integran un sistema de prácticas sociales y culturales, un objeto o un tema de la representación y unos receptores que se enfrentan a ciertos significados representados. De tal modo entonces, el conocimiento tendría -en primer lugar- un carácter constructivo, desde la perspectiva que se conforma en relación con los objetos sociales que conocemos. En segundo lugar, la construcción de este conocimiento no es de tipo individual, sino de tipo social, pues está mediatizado por la interacción entre individuos, grupos y/o instituciones. Y, en tercer lugar, la realidad se crea y genera de manera simbólica, a través del uso del lenguaje. A su vez, este sería el marco en el cual la realidad adquiere sentido. En términos de Berger y Luckman, 1966: "La vida cotidiana se presenta como una realidad interpretada por los hombres, y que para

ellos tiene el significado subjetivo de un mundo coherente" (p. 36).

De acuerdo a lo antes citado, la vida cotidiana no sólo se entendería y legitimaría como real, sino que además estaría dada como tal desde el pensamiento, lo que genera la validación de las acciones posteriores en pos de ese mismo conocimiento. Por consiguiente, la representación de la mujer que se construye a partir de campañas publicitarias de corte social - objeto de estudio de nuestro análisis- no sólo es validada por las estructuras de poder que se esconden tras el enunciado y el sujeto de la enunciación, sino que además esta representación comienza a hacerse real sin mayores cuestionamientos, insertándose en estructuras profundas del colectivo social y anidándose como un conocimiento validado, pues "en tanto las rutinas de la vida cotidiana prosigan sin interrupción, serán aprehendidas como no problemáticas" (Berger y Luckman, 1966: 42).

Así, los roles (materiales y simbólicos) adscritos a la mujer a través del discurso resultan ser un concepto real que lleva a que se materialice en las interacciones sociales, momento en el que a la mujer se le reconoce dentro de un tipo, se le trata de acuerdo a ciertos parámetros y se espera de ella una determinada conducta. Si esta interacción cara a cara se extrapola a la sociedad completa resulta que la mujer termina por ocupar el espacio correspondiente a la casa (en el cual además se registran mayoritariamente los hechos de violencia de género) y con ello pasa a asumir los cuidados del marido y de los hijos como un acontecimiento usual que no se problematiza y que además genera una construcción histórica discursiva. (Montecino, 1991 y Salazar, 2006).

En base a lo anterior, la categoría mujer ha sido configurada en la historia de forma derivada y dependiente de la masculina, pues a partir de esta se le han atribuido los valores más devaluados de la sociedad, como la emocionalidad y la afectividad entre varios otros, junto con representársele como un ser más cercano a la naturaleza humana que a la racionalidad. Al respecto, Margot Pujal (1993) sostiene que la mujer, como categoría social, se ha configurado a través de una práctica sociodiscursiva doble; de naturalización e instrumentalización de la naturaleza - en base a la interpretación moderna del progreso y la emancipación social-. Entonces, la voz del sujeto denominado "universal", construido bajo los auspicios de la modernidad, sigue teniendo la

autoridad para definir la categoría mujer, haciéndolo desde una posición androcéntrica, con lo cual se siguen configurando y reproduciendo relaciones desiguales entre los géneros. Para una real transformación, estas relaciones deberían ser entendidas en el marco de una naturaleza individualista con voluntad de afirmar una independencia de la cual las mujeres han sido históricamente privadas.

2.3. Violencia de Género. Tema irresuelto

Los datos acerca de violencia de género (VDG) que informan sobre la situación en América Latina son amplios y devastadores, considerando que es la región que más la padece en el mundo. En este continente, por ejemplo, es donde se registra la mayor tasa de violencia sexual contra las mujeres fuera de la pareja. Mientras que a noviembre de 2019, según la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) el número de feminicidios llegaba a 3,800. Estas altas cifras, sin embargo, parecen no relacionarse con algunos esfuerzos de organismos de carácter internacional que hace ya más de dos décadas se han referido explícitamente al tema de la VDG. Una de las entidades más conocidas que ha abordado esta materia es la Organización de Naciones Unidas, la cual ya en 1993 explicitó que no solo se trata de actos en contra de las mujeres ocurridos en ambiente íntimo, sino que también forman parte de este tipo de agresiones aquellas referidas a las ocasionadas en contextos públicos

> Todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada.(ONU, 1993: p.2)

A lo anterior se suma la declaración de 1994 de la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, más conocida como Convención Belem do Pará, a la cual Chile suscribió en 1996 y en la que se afirma que "la violencia contra la mujer es cualquier acción o conducta basada en su género que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico". Es de interés constatar que en ambas definiciones es claramente observable cómo se incluye la categoría de género para establecer que este tipo de violencia es ejercida por la diferencia social entre mujeres y hombres, a partir de la cual –tradicionalmente- las unas no gozan de los

mismos derechos que los otros, lo cual deja de manifiesto la distinta distribución del poder en un sistema heteropatriarcal.

> La autoridad, por lo tanto, no es neutra, no está encarnada en una figura andrógina, sino radicada en una divinidad que exhibe los atributos de la masculinidad. De este modo, esa figura, esa posición en el discurso, aunque no actuante ni observable en el contexto social, constituye, de hecho, la llave de la comprensión de lo que es la masculinidad. El portador de la ley, el juez, como fuente del sentido y de las reglas para la organización de la vida social -tanto en ésta como en otras sociedades- tiene rostro masculino. Se trata, una vez más, de la ley fálica de la interdicción, de la separación, del límite y del orden. (Rita Segato, 2003: 71)

En su investigación sobre violencia de género, Segato (2003) sostiene que el fenómeno de la violencia se conforma a partir de la estructuración de dos ejes y la consiguiente interconexión de estos. El horizontal, que estaría conformado por conceptos asociados a "relaciones de alianza y competición", y el vertical relacionado a "vínculos de entrega o expropiación". A juicio de la antropóloga, la unión de ambos generaría un sistema de relaciones de inestable equilibrio. A lo anterior se agrega que en dicha relación existiría un sistema de valoración social, marcado por la jerarquía y el dominio a partir de las diferencias de género, o de la instalación de la categoría "mujer", que implica asumir ciertos comportamientos asociados a estas últimas, cuyo intento de quebrantamiento implica serias consecuencias. Como sostiene Sonia Montecino (2006)

> El sacrificio femenino forma parte de la constitución de la cultura, está arraigado en la psiquis y se ha rearticulado en una sociedad donde las mujeres han subvertido ese orden fundante exigiendo no sólo ser dadoras de vida, sino ser adoradas de sentido, como dice Julia Kristeva. Por ello, retornarlas a su "cauce" por medio de la violencia es el corolario de un proceso que no sólo afecta a las relaciones de género, sino a las relaciones entre culturas, generaciones, clases, etc. (p.147)

Acerca de Agresores y Mujeres Víctimas de Violencia de Género:

Es de interés constatar cómo, principalmente en el discurso de la prensa, las agresiones y maltrato cometidos por hombres hacia mujeres son ligados -de forma habitual- a una serie de trastornos o condiciones de vida, lo cual contribuiría a fomentar una serie de mitos y estereotipos en torno a la figura del agresor que tienden a alivianar -a los ojos de la opinión pública- su culpabilidad en los hechos. Al respecto

Bosch y Ferrer-Pérez (2012) intentan desmontar algunos mitos establecidos en la sociedad en relación a la violencia de género. El primero de ellos apela al tema de la marginalidad, lo que conlleva a instalar la creencia de que los casos de VDG solo ocurrirían en países subdesarrollados y/o al interior de familias con carencias económicas, ante lo cual las autoras plantean que la violencia es un flagelo universal y que ocurre en todos los países del mundo, independiente de su situación económica, su nivel de desarrollo, su situación geográfica y su régimen sociopolítico. El segundo mito constatado se relaciona con el perfil de los maltratadores y la constante creencia que se trata de hombres que sufrieron o fueron testigos de violencia en su núcleo familiar más íntimo, que padecen enfermedades de tipo siquiátricas, que en ellos existiría problemas de abuso en el consumo de alcohol y drogas y, por último, que los episodios de violencia que protagonizan se generan mediatizados por los celos. Ante este panorama, Bosch y Ferrer-Pérez (2012) señalan que aún cuando puedan presentarse los antecedentes antes descritos, no se puede establecer una relación causal entre las experiencias pasadas de los agresores con su comportamiento actual. También sería un error asignarle al maltratador problemas psicológicos y de adicción, porque esto implicaría de inmediato minimizar su conducta. Los celos, por su parte, no son causa de la violencia, son una de las estrategias que los maltratadores usan para controlar a su pareja. En este punto bien cabe señalar que los actos tendientes a controlar o a aislar a la mujer no son otra cosa que la constitución de hechos de violencia psicológica, tal y como lo consigna la ONU en 2006. Es recurrente, además, que la mayoría de estos hombres también logra desarrollar una serie de estrategias tendientes a ganar adhesión y simpatía con personas externas al hogar, ya que a juicio de Lorente (2005)

> Estas actitudes se utilizan para ganar la confianza y el respeto de los demás. Incluso tratan a su pareja de manera acogedora frente al público, porque será su coartada a favor cuando el caso sea expuesto... Estos mecanismos son patrones de conducta que han perpetuado la agresión a las mujeres en el tiempo (p.8).

En relación a las mujeres víctimas de maltrato, también se generan mitos y creencias que se suelen naturalizar sin plantear mayores cuestionamientos en torno al tema. Bosch y Ferrer-Pérez (2012)

sostienen que, por ejemplo, es usual creer que las mujeres poseedoras de determinadas características serían más propensas a ser víctimas de VDG y que ellas sufren de ciertos grados de masoquismo y personalidad autoderrotada. Asimismo se tendería a generar cierta culpabilidad tanto de las propias mujeres como sobre ellas ante los hechos de violencia ("algo habrán hecho"). Pero, tal y como se señala en el caso de los hombres, tampoco existiría un perfil determinado para las mujeres víctimas de maltrato, pues el flagelo de la VDG es de carácter transversal y no se concentra solo en un tipo de mujer. En la violencia hacia las mujeres colaboran además las representaciones emanadas de los cuentos infantiles de hadas y princesas que se arraigan con fuerza, imponiendo roles y falsos conceptos de pareja, en los cuales se recurre al "sacrificio femenino", pues se enseña que la mujer debe soportar cualquier tipo de adversidad. La literatura clásica tampoco queda ausente en esta conformación estereotipada, el personaje de Julieta o el de Dulcinea, bien pueden sumarse a los ejemplos.

Pero, el problema real en la instalación de esta clase de creencias y mitos, en relación a los hechos de violencia en contra de la mujer, radica principalmente en el aprendizaje de una serie de discursos que buscan naturalizar una gama de conductas perjudiciales para la sana convivencia social y el respeto a los derechos de las mujeres.

3. Metodología

3.1. Diseño y descripción del Corpus

Este trabajo se enmarcó en un diseño de tipo cualitativo, entendido en una manera amplia como "un recurso de primer nivel para acercar a la realidad y así llegar a una investigación con rigor y profundidad" (José Ignacio Ruiz, 2012:p.20). A partir del método cualitativo se desea lograr un mejor acercamiento a la realidad observable o tal como señala Uwe Flick (2015) se pretende "entender, describir y algunas veces explicar fenómenos sociales" (p.12). El alcance metodológico fue de carácter descriptivo, ya que este "permite reunir los resultados de la observación en una exposición relacionada de los rasgos del fenómeno que se estudia de acuerdo con los criterios que le den coherencia y orden a la presentación de los datos" (Carlos Monje, 2011:p.95).

Por tratarse de materiales documentales de tipo público, el corpus de este estudio está conformado por datos secundarios o también llamados de segundo orden (Miguel Valles,

1999), es decir, por once videos correspondientes a las seis campañas audiovisuales realizadas por el Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género, entre los años 2014 y 2017, dentro del "Plan Nacional de Acción en Violencia Contra las Mujeres 2014-2018", impulsado por la ex mandataria chilena Michelle Bachelet Jeria durante su segundo periodo de gobierno. En el caso de este estudio no se trabajó con muestra debido a que se consideró el corpus correspondiente al total de la población, que se compone de once piezas audiovisuales (ver tabla 1)

Año	Nombre campaña	Nombre del Video *
2014	Mujeres, es nuestro derecho vivir sin violencia	1. Mujeres, es nuestro derecho vivir sin violencia.
2015	Esto es Violencia	1. Esto es violencia. 2. La manipulación también es violencia.
2015	Por mí y por todas las Mujeres	1. Actúa contra la violencia. 2. Buscamos ayuda y volvimos a jugar. 3. Puedes contar conmigo. 4. Actuamos como comunidad. 5. Le pedí que confiara en mí.
2016	Chile sin femicidios	1. Chile sin femicidios
2016	El doble discurso también es violencia	1. El doble discurso también es violencia
2017	Contra la violencia te apoyamos	1. Contra la Violencia te Apoyamos

Tabla 1: Resumen de corpus compuesto por las campañas audiovisuales del Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género entre 2014-2017. * En reiterados casos, los videos toman el mismo nombre otorgado a las campañas.

Una vez levantado el corpus, este fue sometido a observación documental, para la posterior aplicación de análisis de discurso (AD). Si bien no existe una técnica o metodología específica para la aplicación del AD y posterior obtención de resultados,

Monje (2011) sostiene que es necesario seleccionar una unidad de análisis y aplicar un sistema de clasificación para categorizar los mensajes de acuerdo a su contenido, de modo que sea posible trabajar con los datos codificados. Siguiendo esta línea se procedió al levantamiento de categorías de análisis con el objetivo de caracterizar a los actores aparecidos y los vínculos que establecen entre sí, describir los tipos de violencia representados al interior de las piezas audiovisuales y establecer la relación entre los actores y los tipo de violencia configurada en las campañas audiovisuales del Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género, entre los años 2014-2017

3.2. Categorías de Análisis

Las categorías y sus respectivas subcategorías fueron levantadas y descritas en relación al cumplimiento de los objetivos expuestos en el punto anterior. A continuación se detalla la descripción de cada una de las tablas categoriales utilizadas para el análisis del corpus ya descrito. Para la elaboración de la tabla 2 se recurrió a los conceptos de carácter descriptivos referidos a los personajes propuestos por Oswald Ducrot y Tzvetan Todorov (1995)

Categoría	Subcategoría
Actores: Personaje de una acción o de una obra literaria.	Según la importancia del papel que asumen en el relato: Principal: Personaje héroe o protagonista de la acción. Secundario: Personaje con función episódica dentro del relato. Según grado de complejidad: Chatos: Personajes sin mayor complejidad sicológica Densos: Personajes con coexistencia de atributos contradictorios
Acciones: Acontecimientos y situaciones ejecutadas por los	Pasivas: Los personajes son sujetos pasivos de la acción. Reciben el accionar de otro agente.

personajes que componen una historia	Activas: Los personajes son sujetos agentes de la acción.

Tabla 2: Caracterización de Actores

Para describir los tipos de violencia y sus modalidades aparecidas en las campañas audiovisuales del Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género, entre 2014 y 2017 se aplicó la siguiente tabla construida a partir de las definiciones entregadas por el Ministerio de la Mujer y Equidad de Género de Chile para los casos de violencia física, sexual, psicológica y económica. En el caso de la definición de violencia simbólica y las modalidades de VDG se trabajó en base a la tipificación legislativa argentina sobre esta materia.

Categoría	Subcategoría
Tipos de violencia	Física: Son todas las formas de agresión a las mujeres que van desde los empujones y zamarreos, tirones de pelo, pellizcos, apretones, golpes de puño y patadas hasta los golpes con objetos. La forma más fuerte de agresión física contra una mujer es el femicidio Psicológica: Cuando se intenta controlar a una mujer mediante amenazas, humillaciones y presión emocional con el propósito de hacerla sentir insegura y sin control sobre su vida y decisiones. Sexual: Cuando una mujer es obligada, mediante la fuerza física o amenazas sicológicas, a tener relaciones sexuales o a realizar actos sexuales que le resultan humillantes o degradantes

	Económica: Cuando se intenta controlar a la mujer a través de la entrega del dinero necesario para su mantención personal y/o de las hijas o hijos, o de otras personas que integran la familia. También constituye violencia económica cuando se apropian del dinero que ganó la mujer con su trabajo. Simbólica: La que a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad.
Modalidad	Doméstica: Aquella ejercida contra las mujeres por un integrante del grupo familiar, independientemente del espacio físico donde ésta ocurra, que dañe la dignidad, el bienestar, la integridad física, psicológica, sexual, económica o patrimonial, la libertad, comprendiendo la libertad reproductiva y el derecho al pleno desarrollo de las mujeres. Se entiende por grupo familiar el originado en el parentesco sea por consanguinidad o por afinidad, el matrimonio, las uniones de hecho y las parejas o noviazgos. Incluye las relaciones vigentes o finalizadas, no siendo requisito la convivencia. Institucional: Aquella realizada por las/los funcionarias/os, profesionales, personal y agentes pertenecientes a cualquier órgano, ente o institución pública, que tenga como fin retardar, obstaculizar o impedir que las mujeres tengan acceso a las políticas públicas y ejerzan los derechos previstos en esta ley. Quedan comprendidas, además, las que se ejercen en los partidos políticos, sindicatos, organizaciones empresariales, deportivas y de la sociedad civil.

	Laboral: Aquella que discrimina a las mujeres en los ámbitos de trabajo públicos o privados y que obstaculiza su acceso al empleo, contratación, ascenso, estabilidad o permanencia en el mismo exigiendo requisitos sobre estado civil, maternidad, edad, apariencia física o la realización de test de embarazo. Quebrantar el derecho de igual remuneración por igual tarea o función. Asimismo, incluye el hostigamiento psicológico en forma sistemática sobre una determinada trabajadora con el fin de lograr su exclusión laboral. Contra la libertad reproductiva: Aquella que vulnere el derecho de las mujeres a decidir libre y responsablemente el número de embarazos o el intervalo entre los nacimientos (...). Obstétrica: Aquella que ejerce el personal de salud sobre el cuerpo y los procesos reproductivos de las mujeres, expresada en un trato deshumanizado, un abuso de medicalización y patologización de los procesos naturales (...). Mediática: Aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres.

Tabla 3: Tipos de Violencia de Género

Para establecer las relaciones entre los actores aparecidos en el corpus de análisis se trabajó con la siguiente tabla

Categoría	Descripción
Matrimonio	Refiérase a la unión entre una mujer y un hombre mediante la normativa legal vigente en Chile.
Pareja	Unión amorosa/ afectiva entre dos personas independiente de una normativa legal.
Ex pareja	Unión amorosa/ afectiva que existió entre dos personas independiente de su normativa legal.
Familiar	Personas relacionadas por parentesco genético.
Cercano	Personas relacionadas por diversos tipos de vínculos tales como como laboral, habitacional, estudiantil, amistad, entre otros.
Ausencia de relación	No se observa relación entre personajes aparecidos en las piezas audiovisuales analizadas.

Tabla 4: Tipos de relaciones entre actores

4. Resultados:

Cada una de las 11 piezas audiovisuales que conforman el corpus de este estudio fue expuesta a la aplicación de las categorías descritas en las tablas 2, 3 y 4, tras lo cual podemos afirmar –según los objetivos propuestos- que en relación a las principales características de los actores aparecidos se pudo observar que en el total de piezas audiovisuales, los personajes femeninos -ya sean protagónicos o secundarios- presentan rasgos físicos correspondientes a piel blanca, contextura delgada y se concentran en un rango etario juvenil. La presencia de tonos

pasteles en el vestir, de sutiles maquillajes y de peinados discretos, sumado a la ausencia de accesorios vistosos son el complemento perfecto para mostrar a recatadas y castas mujeres. Los personajes asumidos por hombres, que en la mayor parte de los casos son de tipo secundario, también se muestran jóvenes, delgados y de piel blanca. En relación a las acciones, es interesante observar cómo hay predominio de pasividad, ya que cuando los personajes secundarios con roles de testigos toman conocimiento de alguna situación de violencia de género, buscan ayuda estatal para enfrentarla sin tomar acciones directas que los involucren y comprometan en el conflicto.

Los personajes femeninos, que en la casi totalidad del corpus analizado ocupan roles protagónicos como víctimas, son mujeres heterosexuales, que callan y guardan para sí la violencia vivida, expresando temor, verguenza y sumisión. Por su parte, los personajes mujeres que asumen roles secundarios toman actitudes maternales, pero como sujetos pasivos. Los victimarios, en tanto, que aparecen en la mayoría de los spot como actores secundarios, son representados de forma indirecta siempre por hombres blancos heterosexuales, que prácticamente no son mencionados ni aludidos, mientras que los hombres testigos, se muestran inocentes y tampoco intervienen de manera directa en el conflicto. Cabe señalar que en el corpus también existe la presencia –aunque mínima- de actores protagónicos masculinos, ejerciendo rol de víctima indirecta, tal es el caso de un hijo varón menor de edad que sufre por el maltrato que recibe su madre, por ejemplo.

Resulta interesante constatar que todos los tipos humanos representados en las campañas son chilenos y chilenas. Hay ausencia de actores/personajes protagonistas o secundarios de otras nacionalidades residentes en Chile, así como tampoco se constata la presencia de etnias al interior del material audiovisual analizado.

El conflicto general de los spot gira en torno a personajes que se relacionan como matrimonios o parejas heterosexuales con uniones de hecho, que en reiteradas ocasiones son mencionados de manera indirecta, mientras que los actores secundarios se muestran como familiares o cercanos, pero siempre relacionados a la víctima y no al victimario. En relación al grado de complejidad de los personajes, estos aparecen con escasa coexistencia de atributos contradictorios y densidad

sicológica, mostrándose más bien planos y chatos.

En cuanto a la tipología de violencia representada, esta apunta directamente al tipo física, a partir –por ejemplo- de la representación de personajes femeninos con ojos amoratados; al tipo económica, a partir de la sustracción de parte del salario de la protagonista por su pareja; al tipo psicológica, ejemplificada en la elección del vestuario de la mujer protagonista a manos de su esposo; al tipo simbólica, representada a partir de la baja autoestima de la protagonista al enfrentarse a la intelectualidad de su pareja. La modalidad en la cual se enmarcan los relatos de violencia es la doméstica, excluyendo las modalidades institucionales, laborales, reproductivas y mediáticas, por ejemplo.

5. Conclusiones

El objetivo general de esta investigación estuvo centrado en analizar la representación de la violencia configurada en las campañas audiovisuales del Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de género, entre 2014 y 2017; elaboradas en el marco del Plan Nacional de Acción Contra la Violencia hacia las Mujeres, bajo el segundo mandato de gobierno de Michelle Bachelet Jeria. El estudio de las campañas publicitarias resulta relevante, principalmente desde dos perspectivas. En primer término, al tratarse de montajes elaborados desde la voz del Estado como institución de poder capaz de llegar a la ciudadanía mediante los mensajes que difunde y respalda, "en cuya formación discursiva naturalizadora se constituye el legado cotidiano de una voz institucionalizada, cuyo rostro emancipador puede ocultar una nueva forma de desigualdad" (Pujal, 1993:p.212) no solo se configuran y reconfiguran nuevas representaciones, sino que además estas tienen la capacidad de llegar a la ciudadanía de forma masiva a través de los medios de comunicación para generar nuevas construcciones sociales. Por otra parte, la temática referida a la visibilización de la violencia de género ha motivado multitudinarias manifestaciones que marcan la agenda tanto de los medios de comunicación, como de la política en un espacio territorial transversal de magnitud nacional e internacional.

Resulta interesante constatar que en el plan de trabajo gubernamental, en el cual se insertan las piezas audiovisuales que construyeron el corpus de este estudio, se

menciona claramente que desde la década de los 90´, “las primeras acciones implementadas han apuntado a deslegitimar la violencia contra las mujeres en aquel espacio en el cual se presenta con mayor magnitud: en las relaciones de pareja” (p.2). Por tal motivo es que precisamente esta política pública de la exmandataria chilena intentó “ampliar la comprensión de este problema considerando sus diversas manifestaciones, tanto en el espacio privado como en el espacio público, siendo este último el que ha permanecido -hasta ahora- más desprovisto de la acción estatal” (p.3). Sin embargo, este lineamiento resulta contradictorio con lo aparecido en el corpus estudiado, ya que en él se registra una ausencia de la representación de violencia de género en espacios laborales, institucionales o en la vía pública, con lo cual se invisibiliza lo que ocurre en dichos entornos. Lo anterior se agrava si se contrasta, por ejemplo, con las cifras entregadas por el Observatorio contra el Acoso en Chile en las cuales se registra que un 96,2% de las mujeres de entre 18 y 26 años ha sufrido alguna situación de acoso sexual callejero durante su vida. Sin embargo, del total de mujeres que lo ha padecido, un 36,5% no lo reconoce como violencia sexual. Si se consideran estas cifras, claramente las campañas estudiadas pierden un potencial educativo importante.

Respecto al primero de los objetivos planteados, caracterizar a los actores aparecidos y los vínculos que establecen entre sí en las campañas audiovisuales del Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género (SernamEG) entre los años 2014 y 2017, podemos afirmar que todos los personajes son heterosexuales, de piel clara, contextura delgada y pertenecientes a un estrato social medio. Además, los personajes representados normalizan y promueven hacia las audiencias un estilo de vida heteronormado a partir de relaciones de parejas heterosexuales y familias nucleares o biparentales, invisibilizando así cualquier otro tipo de conformación familiar o relación amorosa. Los personajes femeninos son mostrados en actitudes recatadas y atuendos conservadores, con lo cual se representa a mujeres deserotizadas, fieles, castas y monógamas cumpliendo con un modelo casi virginal, pues -siguiendo a Lagarde (2005)- las mujeres que se escapen de este rígido estereotipo en forma inmediata son definidas como “equívocas, malas mujeres, enfermas, incapaces, raras, locas” (p. 41) y por ende habría que volverlas al redil.

En las piezas audiovisuales se omite la literalidad de los puestos laborales que ocupan las protagonistas aparecidas. Sin embargo, parece evidente que en la campaña "*Mujeres, es nuestro derecho a vivir sin violencia"* (2014), el personaje protagónico representa a una secretaria. En "*Por mí y por todas las mujeres"* (2015), en el clip III, se muestra a su protagonista a las afueras de un edificio vestida con ropa formal, pudiendo tratarse de una ejecutiva. Y, por último, en la campaña "*Contra la violencia te apoyamos"* (2017), una de sus personajes protagonistas viste elegante y formal, habitando individualmente una amplia oficina, lo cual pudiera indicar la presencia de un cargo directivo. Si bien aparecen protagonistas mujeres en puestos de trabajo como los ya mencionados para representar a profesionales jefas de hogar, igualmente se contribuye a potenciar lo que Arriaga (2015) denomina un "evolucionado sexo débil", pues a pesar de mostrarlas en el mundo público fuera del entorno doméstico familiar, ninguna de ellas se representa con empoderamiento y agencia. Además, las campañas no propenden a erradicar los estereotipos que apuntan a un único perfil de mujer maltratada, a pesar que estudios sociales indican que la víctima de violencia de género no responde a una categoría única de persona susceptible de recibir abuso, pudiendo ser esta de cualquier estrato social, profesión, pensamiento, etc. Las mujeres son mostradas a partir de una serie de inseguridades, incluso los personajes mujeres de carácter secundario tampoco aparecen con agencia necesaria para tomar decisiones firmes frente al problema de VDG al observar la ocurrencia de esta en amigas, compañeras de trabajo o familiares. Lo anterior, a juicio de la Red Ciudadana Contra la Violencia de Género (2016), organismo chileno no gubernamental que trabaja en pro de la erradicación de este tipo de violencia, continua ubicando a la mujer en el espacio de la princesa débil, delicada y sumisa que espera ser salvada por su príncipe azul, representado ya sea por la categoría "varón", o mediante el rostro gubernamental masculino, que se muestra fuerte y seguro de sí mismo (Lorente, s/a. p.9) características que son asociadas al actor hombre en las campañas seleccionadas, los cuales aparecen tanto de victimarios como de fuente de sabiduría, representados a partir de personajes que se expresan con energía materializada a través de voces firmes y fuertes y movimientos corporales entre los que se cuentan manos empuñadas o dedos

índices apuntando, representando así fuerza y autoridad, gestos fuertemente asociados con la virilidad radicada además. Además a los personajes hombres aparecidos, se les representa como personas libres de ejercer su voluntad, aunque en los casos de VDG lo hagan abusando de mujeres y sin nunca ser llamados a concientizarse respecto del daño causado, con lo que se refuerza su masculinidad y la posición jerárquica que ello conlleva, basada en "la expurgación de la mujer". (Segato, 2003)

En torno al segundo objetivo que estructuró este trabajo, identificar los tipos de violencia aparecidos en las campañas del SernamEG, entre los años 2014 y 2017, podemos señalar que aparece con mayor preponderancia la violencia de tipo física, transformándose en el centro de la problemática y siendo representada a partir de la materialización de marcas corporales tales como ojos amoratados.

En un segundo plano se registró la aparición de violencia psicológica y, en casos aislados, la violencia sexual, económica y simbólica, bajo la modalidad doméstica, en la totalidad de las campañas. A nuestro juicio, el hallazgo anterior se torna peligroso, pues remite la VDG solo al espacio de lo privado y de lo íntimo, e impide reconocer y autoreconocer la ejecución de actos violentos hacia las mujeres en espacios públicos. Lo antes señalado, a pesar de la existencia en Chile -desde 2005- de la ley N° 20.005 que tipifica y sanciona el acoso sexual, por ejemplo, y cuyo contenido sostiene que comete acoso todo aquel que provoque "una situación objetivamente intimidatoria, hostil o humillante a la víctima, en lugares públicos o de libre acceso público, y sin mediar el consentimiento de la persona afectada". Según la ley, dicha definición implica: actos de carácter verbal o ejecutados por medio de gestos, conductas consistentes en acercamientos o persecuciones, o actos de exhibicionismo obsceno o de contenido sexual explícito. Nuevamente, recurrimos a Segato (2003) para sostener la importancia de publicitar el derecho en los medios de comunicación, lo cual –claramente- es anulado por las campañas analizadas. Entonces, bien podemos afirmar la existencia de una forma de violencia ejercida a partir de la política pública que sustenta estas piezas audiovisuales, una de tipo indirecta o estructural, una forma invisible que

> tiene como causa los procesos de estructuración social (desde los que se producen a escala de sistema-mundo, hasta los que se producen en el interior de las

> familias o en las interacciones individuales) y no necesita de ninguna forma de violencia directa para que tenga efectos negativos sobre las oportunidades de supervivencia, bienestar, identidad y/o libertad de las personas. (Galtung, 1996 citado en Daniel La Parra y José Tartosa, 2003:p.60).

En relación a la identificación de las relaciones entre los actores y los tipos de violencia aparecidos en las campañas audiovisuales analizadas, se observó la presencia de personajes secundarios representados bajo la categoría de "cercanos" a la víctima, ocupando roles de compañeras y compañeros de trabajo, vecinas y vecinos o testigos indirectos. En una segunda categoría, los personajes aparecidos se relacionan dentro de la categoría pareja o matrimonio, pero siempre mencionados de modo indirecto e irrelevante. Lo que resulta de interés constatar es que dichos personajes cumplen acciones pasivas en torno a la VDG. La agencia que intentan representar solo se da a modo de pensamiento.

Para finalizar, sostenemos que las campañas audiovisuales analizadas muestran un enfoque en el cual la VDG es expresada como algo que solo ocurre entre parejas heterosexuales. Se evaden las representaciones LGTB, a la vez que se omiten las referencias a diversas etnias y razas. También se registra ausencia de personajes discapacitados, de hombres y mujeres gordos y las representaciones de estratos socioeconómicos extremos. No se muestran ni ricos, ni pobres, solo se hace alusión a sectores medios de la población chilena. Además, los casos de VDG aparentan ser aislados y/o generalizados. Utilizan el recurso de lo vivencial a través de un modo enunciativo elocutivo que "produce un discurso centrado en el "yo"" (A.M.Burdach, 2005:p.68) y no en el "tú", representado en personajes que sostienen que vieron o vivieron alguna situación de VDG. Las campañas estudiadas tampoco consideran información fundamentada en estudios sociales cualitativos o cuantitativos, lo cual le resta eficacia al mensaje publicitario con finalidad social, ya que para contribuir a una mayor efectividad de este es prioritario que "entregue resultados reales respecto de la conducta social, evitando una carencia informativa y prejuicios derivados que infieran en una manipulación errónea sobre el poder omnímodo de la publicidad" (Alvarado, Andrés y Collado, 2017:p. 609).

Por otra parte, resulta llamativo que en el material analizado se apele permanentemente al Estado como vía de

solución al problema de VDG, el cual promete acudir en ayuda de las mujeres víctimas.

Sin embargo, los datos estadísticos sostienen que en 2015, segundo año de emisión de las campañas ya mencionadas, hubo 45 femicidios, según datos del Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género, en tanto que según las cifras de la Red Chilena contra la violencia, se registraron 58 muertes de mujeres por este delito. Además en varios de los femicidios registrados las víctimas contaban con medidas cautelares que, sin embargo, fueron ineficientes para proteger sus vidas, lo que devela las ineptitudes de la puesta en práctica de estos sistemas de protección, cuestión que ha sido denunciada repetidas veces por las organizaciones feministas.

De esta manera, se prioriza un modelo de perpetuación representacional hegemónica de la víctima como sujeto pasivo, a quien las instituciones pretenden mover y despertar, atribuyéndoles una imagen de mujer sin autonomía ni capacidad de actuar (Núñez y Fernández, 2015), manteniendo el alegato de la protección y refugio a través de textos visuales y verbales que apuntan a la desigualdad que genera violencia mediante un discurso que victimiza a las mujeres que, por un lado, las culpa y pone en sus manos la ruptura de la situación a través de la denuncia y, por otro lado, las sobreprotege bajo la institución gubernamental.

Referencias

Alvarado, M. C. (2009). ¿Publicidad Social? Usos y abusos de “lo social” en la publicidad. Revista ICONO14. N° 13. Pp. 125-151

Alvarado, M.; De Andrés, S.; Collado, R. (2017). La exclusión social en el marco de la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Un análisis del tratamiento de la inclusión social en campañas de servicio público sin ánimo de lucro. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”. Vol.10. N° 1.217

Berguer, P. y Luckmann, T. (1966). La Construcción Social de la Realidad. Argentina: Amorrortu

Bosch-Fiol, E. y Ferrer-Pérez, V. (2012). Nuevo mapa de los mitos sobre la violencia de género en el siglo XXI [New map of the myths about gender violence in XXI century]. *Psicothema, 24*(4), 548–554.

Camarero, E. y Marcos, M. (Dic. 2012). Campañas en televisión contra la violencia de género del Ministerio de Sanidad, política social e igualdad (2008-2011). Análisis de contenidos previo al estudio de recepción. Revista de Comunicación Vivat Academia. Volumen (121).Pp. 17-30

Ducrot, O. y Todorov, T. (1995). Diccionario Enciclopédico de las Ciencias del Lenguaje. Argentina: siglo XXI

Flick, U. (2015). El diseño de Investigación Cualitativa. Madrid: Morata.

Bundach, R. y Pons, H. (2005). El Entramado Persuasivo del Texto Publicitario. En Harvey, A. M. (Comp.). *En Torno al Discurso. Contribuciones de América Latina* (pp.66-78). Santiago: Universidad Católica de Chile

Kotler, P. y Amstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing. México: Pearson Educación.

La Parra, D. y Tortosa, J. (2003) Violencia estructural: Una ilustración del concepto. España: Grupo de Estudios de Paz y Desarrollo, Universidad de Alicante, p. 60. Recuperado de http://www.ugr.es/~fentrena/Violen.pd

Ley N° 19.023. Crea Servicio Nacional de la Mujer. Diario Oficial de la República de Chile, Santiago, Chile, 3 de enero de 1991

Ley N° 20.005. Tipifica y Sanciona el Acoso Sexual. Diario de la República de Chile, Santiago, Chile, 18 de marzo de 2005

Ley N° 20.820. Crea el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, y Modifica Normas Legales que Indica. Diario Oficial de la República de Chile, Santiago, Chile, 20 de marzo de 2015

Lorente, M. (2005). El Agresor en la Violencia de Género. Consideraciones sobre su Conducta y Estrategias. Recuperado dehttps://www.elsindic.com/documentos/370_miguel%20lorente.ponencia.pdf

Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género (2014). Plan Nacional de Acción Contra la Violencia hacia las Mujeres 2014-2018. Recuperado en www.biblioteca.digital.gob.cl

Monje, C. (2011). Metodología de la investigación Cuantitativa y Cualitativa. Guía Didáctica. Universidad Subcolombiana. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Colombia. Recuperado de https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf

Nos Aldás, E. (2002). Propuestas para la investigación sobre la función social de la publicidad y la comunicación para la sensibilización. Fórum de Recerca N° 7, pp. 1-5

---------- (2007). Lenguaje publicitario y discursos solidarios. Eficacia publicitaria ¿eficacia cultural? Barcelona: Icaria Editorial

Osorio, C. y Ramírez, G. (2016). La comunicación y difusión de las políticas públicas de gobierno. Aspectos constitucionales, legales y presupuestarios. *Revista de Derecho Público*. Volumen (85).Pp. 141-184

Pujal, M. (1993). Mujer, relaciones de género y discurso. Revista de Psicología Social. Volumen (8).Pp. 201-215

Ruiz, J.I. (2012). Metodología de la investigación cualitativa. Bilbao: Universidad de Deusto.

Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis de discurso. Cinta Moebio. Revista de Epistemología y Ciencias Sociales. N°41. Pp. 207-224.

Segato, R. (2003). Contrato y Status en la Etiología de la Violencia. *En Las Estructuras Elementales de la Violencia: ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los derechos humanos*. (pp. 131-148).Argentina: Universidad Nacional de Quilmes

Valles, M. (1999). Técnicas Cualitativas de Investigación Social. Reflexión Metodológica y Práctica Profesional. España: Síntesis Sociológica

Pressão, violência de gênero, negação de direitos e ausência de liberdade: a comunicação e a cultura como direito humano no fortalecimento na luta do movimento de mulheres do campo

Ylka Etienne de Oliveira Cordeiro [217]

Betania Maciel[218]

Resumo: O objetivo deste estudo é analisar as estratégias de comunicação no processo de mobilização de mulheres trabalhadoras rurais e agricultoras familiares para participação na Marcha pela Vida das Mulheres e pela Agroecologia, a partir da perspectiva de mulheres que atuam como lideranças sindicais e agricultoras familiares, participantes da Marcha. Busca também compreender a contribuição das produções de comunicação da Marcha ao movimento de mulheres rurais e de Sindicatos de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais do Polo da Borborema, na Paraíba. Uma das propostas da Marcha é fortalecer o processo de formação das mulheres e de expressão de suas lutas para a sociedade. No entanto, isso não significa que as lideranças sindicais reflitam sobre o ato, ou que enxerguem essa expressão da comunicação como um direito, capaz de romper com as amarras de uma sociedade patriarcal, machista e misógina. Para nortear esse estudo, o referencial teórico foi construído com base em Peruzzo (1999) Moraes (2009), Gohn (1997), Tauk (2016), Saffioti (1987), Sorj (1999), Lagarde (2012) e Ávila (2006). A coleta de dados aconteceu no período de 20 a 24 de agosto de 2018, em municípios da região da Borborema, Paraíba. Foi aplicada a técnica de entrevista semiestruturada com 13 mulheres que atuam como lideranças sindicais e agricultoras familiares e com duas assessoras da organização não

217 Ylka Etienne de Oliveira Cordeiro. Programa de Pós Graduação em Extensão e Desenvolvimento Local – POSMEX. Universidade Federal Rural de Pernambuco. Brasil. E-mail: ylkaoliveira@gmail.com

218 Betania Maciel. Faculdade de Ciências Humanas ESUDA. Doutora em Comunicação Social. Brasil. E-mail: betaniamaciel@gmail.com

governamental Agricultura Familiar e Agroecologia (AS-PTA), que assessoram o Polo da Borborema e a Marcha. A coleta com as assessoras foi realizada no dia 19 de dezembro de 2018 e 15 de janeiro de 2019. Os dados foram submetidos à análise de conteúdo temática e desse processo emergiram nove categorias. As categorias analisadas na pesquisa foram: A violência doméstica e a desconstrução do machismo para quem vive no campo, surgimento da Marcha das Mulheres na Borborema, aproximação entre Sindicatos e a Marcha, trajetórias das mulheres até ingressarem na Marcha, significado da Marcha para mulheres rurais, a formação e o papel das mulheres que exercem liderança nos sindicatos e na Marcha, barreiras para continuar na Marcha, estratégias de comunicação da Marcha e repercussão desta. A pesquisa identificou as produções de comunicação da Marcha, como, por exemplo: o teatro, as entrevistas para rádios comunitárias e veículos da grande mídia, a feira agroecológica, os panfletos, cordéis, músicas, bandeiras, faixas, cartazes, spots, carro de som. Produções para transmissão de mensagens de empoderamento feminino, de enfrentamento a violência contra a mulher no campo, de denúncia contra a divisão injusta do trabalho doméstico, dentre tantas outras pautas. Foi identificado, entre muitos resultados, que a filiação aos sindicatos rurais e a militância na Marcha retirou as mulheres do isolamento e da invisibilidade de suas comunidades, na medida em que estas desempenham um papel político desde o processo formativo que antecede a Marcha. A participação na marcha faz muitas mulheres romperem com a violência física e verbal sofrida no âmbito doméstico. É o momento de escuta, amadurecimento e reconhecimento de suas múltiplas identidades, em que elas se reconhecem como multiplicadoras em suas bases comunitárias e reafirmam o direito de livre expressão.

Palavras-chave: Estratégias de Comunicação 1; Gênero 2; Mobilização 3.

Abstract: The objective of this study is to analyze the communication strategies in the process of mobilization of rural women workers and family farmers to participate in the March for Women's Lives and Agroecology, from the perspective of women who work as family leaderships and family farmers, March. It also seeks to understand the contribution of the communication productions of the March to the rural women's movement and the Rural Workers 'and Workers' Unions of the Borborema Pole in Paraíba. One of the proposals of the March is to strengthen the process of training women and express their struggles for society. However, this does not mean that union

leaders reflect on the act, or that they see this expression of communication as a right, capable of breaking the ties of a patriarchal, sexist and misogynist society. In order to guide this study, the theoretical reference was constructed based on Peruzzo (1999), Gohn (1997), Tauk (2016), Saffioti (1987), Sorj (1999), Lagarde). Data collection took place between August 20 and 24, 2018, in municipalities in the region of Borborema, Paraíba. The semi-structured interview technique was applied with 13 women who work as family leaderships and family farmers and with two advisors from the non-governmental organization Family Agriculture and Agroecology (AS-PTA), which advise the Borborema Pole and the March. The data collection was performed on December 19, 2018 and January 15, 2019. The data were submitted to the thematic content analysis and nine categories emerged from this process. The categories analyzed in the research were: Domestic violence and the deconstruction of machismo for those living in the countryside, the emergence of the Women's March in Borborema, the approach of Trade Unions and the March, women's trajectories until they entered the March, meaning of the March for rural women , the formation and the role of women who lead the unions and the March, barriers to continue in the March, communication strategies of the March and repercussion of this. The research identified communication productions of the March, such as: theater, interviews for community radio and media vehicles, agroecological fair, leaflets, twines, music, flags, banners, posters, spots, car sound. Productions for the transmission of messages of feminine empowerment, of confronting violence against women in the countryside, of denouncing the unjust division of domestic work, among many other guidelines. It has been identified, among many results, that membership of rural unions and militancy in the March has removed women from the isolation and invisibility of their communities, since they play a political role from the formative process that precedes the March. Participation in the march causes many women to break with the physical and verbal violence suffered at home. It is the moment of listening, maturing and recognition of their multiple identities, in which they recognize themselves as multipliers in their community bases and reaffirm the right of free expression.

Palavras-chave: Communication Strategies 1; Genre 2; Mobilization 3.

O objetivo deste estudo é analisar as estratégias de comunicação no processo de mobilização a partir da perspectiva de mulheres lideranças sindicais e agricultoras familiares, que participam da Marcha pela Vida das Mulheres e pela Agroecologia. Especificamente, a pesquisa busca compreender a contribuição das produções de comunicação da Marcha ao movimento de mulheres rurais que fazem parte de Sindicatos de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais do Polo da Borborema, na Paraíba. E de que forma vem resignificando a vida das mulheres, ao passo que a Marcha celebra dez anos de realização no ano de 2019.

Estudar a comunicação popular e seu poder de mobilizar vontades, sonhos, a partir do olhar de mulheres agricultoras familiares não nasceu do acaso. O interesse sobre o objeto desta pesquisa surgiu quando me envolvi com a temática feminista ao trabalhar na Secretaria da Mulher do Governo de Pernambuco. Uma das pautas que me despertou foi o empoderamento das mulheres e o enfrentamento à violência contra a mulher. Somou-se a esta experiência o trabalho na Articulação Semiárido Brasileiro (ASA). Em ambas, experimentei e vivenciei a luta das mulheres dos espaços urbanos até o mais longínquo Sertão do Semiárido brasileiro.

Sob o cenário apresentado pela ASA, pude viajar por estados da Região Nordeste do Brasil, onde conheci mulheres lideranças sindicais, as quebradeiras de coco de babaçu, as marisqueiras, as cisterneiras, agricultoras familiares, artesãs, bordadeiras, guardiãs de sementes crioulas, mestras em plantas medicinais e tantas outras que impulsionam esta roda da vida e encontram-se em seus diferentes processos de empoderamento, de liberdade, de conquista da autonomia, de ocupação do espaço público antes ocupado somente pelos homens.

Conheci o Território da Borborema, no estado da Paraíba, onde a luta pelo fortalecimento da agricultura familiar de base agroecológica acontece a pelo menos 20 anos. Lugar onde a violência de gênero, infelizmente, ainda acontece, como em tantos outros do Brasil. Mas a resistência pulsa forte neste Território. Foi na Paraíba onde nasceram grandes lideranças do Movimento Sindical Rural, como Margarida Maria Alves, Elizabeth Teixeira e Maria da Penha Nascimento. Três nomes de mulheres camponesas que são a base, a sustentação, na luta pela terra no Estado da Paraíba.

Muitas tombaram nesta luta, dentre elas a líder Margarida Maria Alves (1933-1983), natural de Alagoa Grande (PB), assassinada por latifundiários e usineiros da região do brejo paraibano, em 12 de agosto de 1983. Margarida militou ao lado de Maria da Penha Nascimento (1949-1991), que também atuou no sindicato de Alagoa Grande. Foi uma das fundadoras do Movimento de Mulheres do Brejo (MMB), uma das primeiras organizações da América Latina formada somente por mulheres. Margarida virou semente e fez brotar uma grandiosa Marcha de Mulheres, a Marcha das Margaridas, organizada pela Confederação Nacional dos Trabalhadores em Agricultura (Contag), apoiada por movimentos sociais e sindicais, e realizada em Brasília (DF). A Marcha é uma homenagem à trabalhadora rural e líder sindical Margarida Maria Alves.

Opressão, violência de gênero, negação de direitos e ausência de liberdade. Por muitos anos as mulheres ocuparam o espaço doméstico e foram afastadas da vida pública, como consequência de uma sociedade patriarcal e machista. A figura masculina dominava os espaços de poder e de tomada de decisões. Para a mulher só restavam os serviços da casa e os cuidados com filhos e filhas. Porém, a participação em estratégias como as de marchas de mulheres são importantes neste processo de romper com as amarras de um modelo de sociedade capitalista, onde dominam o machismo, o racismo e a misoginia.

Com o intuito de mudar a realidade de vida de mulheres do Território da Borborema, veio à necessidade de ampliar os espaços de expressão e organização para garantir conquistas alcançadas e lutar por mais direitos. Assim, os Sindicatos de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais passaram a compor o Polo da Borborema (atualmente, uma articulação de 14 sindicatos
rurais) animados pela organização não governamental AS-PTA - Agricultura Familiar e Agroecologia, e organizaram a Marcha pela Vida das Mulheres e pela Agroecologia. O ato ocorre no simbólico 8 de março - Dia Internacional da Mulher. Em 2019, a Marcha celebra-se+ dez anos de caminhada e retorna ao seu ponto de partida, o município de Remígio.

A partir da pesquisa em campo e do estudo de teorias, acreditamos que a participação política das mulheres tem contribuído para o reconhecimento das mulheres do campo enquanto sujeito de direitos. Vimos como as produções de

comunicação podem colaborar para que a Marcha seja esse espaço de denúncia das desigualdades sociais e da violência contra a mulher, e também de reafirmação de direitos e relações mais iguais na agricultura familiar. Constatamos também que a articulação da Marcha ocorre em defesa do fortalecimento da agroecologia como modelo de desenvolvimento rural.

Ainda observamos que há um intenso processo de formação, sensibilização e mobilização nos meses anteriores a Marcha. Neste espaço, as estratégias de comunicação são aliadas. São utilizadas sistematizações, audiovisuais, produção de cordel, panfletos, vídeos, peças teatrais. São produções que auxiliam no aprofundamento do debate sobre questões como o enfrentamento a violência contra a mulher, a divisão justa do trabalho doméstico, a geração de renda, entre outras questões.

Há também uma agenda de reuniões, debates,
entrevistas nas rádios e emissoras de televisão locais. São nestes momentos de troca que as produções de comunicação potencializam a ação.

Para tal, acompanhamos as lideranças sindicais219 em momentos distintos. Estivemos presentes na VIII edição da Marcha pela Vida das Mulheres e pela Agroecologia no município de Alagoa Grande, no dia 8 de março de 2017. A segunda participação na Marcha ocorreu no ano de 2018, na nona edição, realizada no município de São Sebastião de Lagoa de Roça. No intervalo entre as duas Marchas em que estive presente, participei de reunião com lideranças sindicais que integram a Comissão de Saúde e Alimentação do Polo da Borborema, na sede da ONG AS-PTA, no municípiode Esperança, no dia 19 de junho de 2018. Na ocasião, apresentei o objetivo da pesquisa para as mulheres. Elas contribuíram com sugestões, especialmente, colocaram a necessidade de ampliação do quantitativo de municípios que esperávamos visitar para coleta de dados.

Assim, pelo exposto, estruturamos a pesquisa da seguinte forma. Dividimos a dissertação em quatro capítulos. No primeiro capítulo, apresentamos o aporte teórico para reflexões sobre a comunicação como aliada na luta de movimentos sociais, em especial, para o movimento de mulheres rurais. Sobre

219 Liderança: função, posição, caráter de líder. 2.espírito de chefia; autoridade, ascendência. Líder: indivíduo que tem autoridade para comandar ou coordenar outros. 2. Pessoa cujas ações e palavras exercem influência sobre o pensamento e comportamento de outras.

os instrumentos da comunicação buscamos fundamentos em Peruzzo, que atribui seu surgimento à conjuntura de insatisfação das condições de vida de grande parte da sociedade brasileira e do cerceamento da liberdade de expressão. (PERUZZO, 2004). A respeito de mobilização buscamos os aportes teóricos de Maria da Glória Gohn e Paulo Freire.

O campo teórico integra ainda os estudos sobre feminismo com base nas autoras Betania Ávila, Helleieth Saffioti, Janet Saltzman, Marcela Lagarde. Vamos interagir essas teorias aos estudos da comunicação nos movimentos sociais, a partir da definição de que a comunicação popular, como uma comunicação alternativa, surgida nos movimentos populares nos anos de 1970 e 1980, no Brasil, caracteriza-se como uma ação que emerge dos grupos populares.

Abordamos a comunicação como um direito e como é reelaborada no âmbito dos movimentos sociais. Como se dá o acesso aos meios de comunicação, como romper com a hegemonia dos grandes veículos provocada pela força do capital e seus grandes conglomerados da mídia. O capítulo apontará um resgate histórico da comunicação dentro dos movimentos populares e como as estratégias criadas pela base podem fortalecer o processo de cidadania nas lutas de base.

No caminho metodológico fizemos uso da pesquisa exploratória e descritiva, e a observação dos dados das entrevistas semiestruturadas a partir da análise de conteúdo. A primeira etapa do trabalho teve início com a participação na oitava edição da Marcha pela Vida das Mulheres e pela Agroecologia, no Dia Internacional da Mulher - 8 de março de 2017, realizada no município de Alagoa Grande, Território da Borborema, na Paraíba. A segunda participação na Marcha, também no 8 de março, ocorreu no município de São Sebastião de Lagoa da Roça. Os movimentos de aproximação foram necessários para darmos conta do objeto da pesquisa.

Acreditamos ser o método de análise de conteúdo o mais adequado para o estudo em questão. Para tanto, o capítulo terceiro apresenta a metodologia da pesquisa, com o universo da pesquisa, os instrumentos de coleta dos dados, e a análise das informações coletadas tendo como base teórica Lawrence Bardin e Laville e Dionne. Foram determinadas as seguintes categorias de trabalho para análise:

-A violência doméstica e a desconstrução do machismo para quem vive no campo

-O surgimento da Marcha das Mulheres na Borborema

-Aproximações entre os STR's e a Marcha das Mulheres

-Trajetórias das mulheres até ingressarem na Marcha

-O significado da Marcha para mulheres rurais

-A formação e o papel das mulheres que exercem liderança nos sindicatos e na Marcha

-Barreiras para continuar na Marcha

-Estratégias de comunicação na Marcha das Mulheres

-Repercussão da Marcha das Mulheres

Para o percurso metodológico construímos o primeiro roteiro de entrevista semi-estruturada direcionado para as mulheres líderes de Sindicatos de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais (STTR's) e agricultoras familiares do Polo da Borborema, que se dividiu em quatro blocos. No primeiro bloco fizemos a identificação das mulheres e sua caracterização socioeconômica; no segundo bloco perguntamos a respeito do conhecimento sobre a Marcha pela Vida das Mulheres e pela Agroecologia; no terceiro nos detemos a percepção das lideranças da apropriação dos instrumentos da comunicação e da comunicação como direito; e por último, mas não menos importante, buscamos compreender se a participação das mulheres na Marcha fortalece o projeto de desenvolvimento local de base agroecológica.

O segundo roteiro de entrevista semi-estruturada foi voltado para a coordenadora institucional da comunicação e de acompanhamento político de mulheres da AS-PTA; e para a comunicadora popular e assessora de comunicação também da ong. O roteiro se dividiu em quatro blocos: a identificação das entrevistadas; perguntas sobre a estrutura atual, projetos e financiadores dos projetos da AS-PTA; as práticas de comunicação para mobilização de mulheres para a Marcha e seu apoio para o desenvolvimento local; e por fim, sobre a Marcha e o desenvolvimento local.

Por fim, o quarto capítulo trará os resultados das entrevistas realizadas com as mulheres trabalhadoras rurais de sindicatos, e com as assessoras da organização AS-PTA. Em minhas considerações finais, trago os resultados encontrados pela pesquisa, tendo como base as teorias estudadas em concordância com os objetivos a que me propus a investigar. A nossa contribuição é

para com os estudos que analisam Marchas e outras ações promovidas por movimentos de mulheres em âmbito rural, apoiadas pelo campo da comunicação e suas estratégias para a mobilização e desenvolvimento local.

Referências

Abreu E Lima. Maria Do Socorro. (2012). As mulheres no sindicalismo rural, UFPE.

Aguiar, V.V.P. Mulheres rurais, movimento social e participação: reflexões a partir da marcha das margaridas. Política & sociedade: revista de sociologia política, Florianópolis, v.15, n. 35, jan-abr. 2016. p. 261-296. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2016v15nesp1p261/33804 > Acesso em: 10 jul. 2017.

Ana Claudia R. Costa D. Mello. As mulheres na guerra. Pelo esforço de guerra ou como combatentes. Sim, elas estiveram lá. Revista Pré-Univesp, nº 61, dez/2017-jan/2018. Disponível em < http://pre.univesp.br/as-mulheres-na-guerra#.WpcAPVrwbIW >, acesso em 28.02.18

Bardin, Laurence. (1977). Análise de Conteúdo. Lisboa: Edições 70.

Beauvouir,S. (1970). O segundo sexo. Fatos e Mitos. São Paulo: Difusão Européia do Livro.

Bordenave, Juan E.D. (1987). Além dos meios e mensagens. Introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. Editora Vozes, 4ª edição. Petropólis, Rio de Janeiro.

Caldart, Roseli Salete (org). (2012). Dicionário da Educação do Campo. Rio de Janeiro, São Paulo: Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, Expressão Popular.

Canclini, Nestor Garcia. (1997). Cultura Y Comunicación: Entre Lo Global Y Lo Local. La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata.

Chafetz, Janet Saltzman. (1992). Equidad y gênero. Uma teoría integrada de estabilidad y cambio. Ediciones Cátedra: Madrid.

DA MATTA, Roberto. A Casa e a Rua. Espaço, Cidadania, Mulher e Morte no Brasil. 5ª edição, Rio de Janeiro: Editora Rocco,1997.

A.P. R. (2010). A trajetória político-educativa de Margarida Maria Alves: entre o velho e o novo sindicalismo rural. Tese de doutorado defendida ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, Paraíba.

Freire, Paulo. (1982).Ação cultural para a liberdade e outros escritos. 6ª edição, Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Freire, Paulo. Extensão ou comunicação?. (1983). 7. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 93 p.

Gebara, Ivone. (2000). Rompendo o silêncio. uma fenomenologia feminista do mal. Trad. Lúcia Mathilde Endlich Orth. Petrópolis, RJ: Vozes.

Gohn, Maria Da Glória. (2011). Movimentos Sociais na contemporaneidade. Universidade Estadual de Campinas. Revista Brasileira de Educação v. 16 n. 47 maio-ago.

Guareschi, Pedrinho A. (2004). Comunicação & Controle Social. Rio de Janeiro: Editora Vozes.

Graham, Sandra L. (1992).Proteção e Obediência. Editora Companhia das Letras. São Paulo,

.

Herrera, K.M. Da invisibilidade ao reconhecimento: mulheres rurais, trabalho produtivo, doméstico e de *care*. Política & sociedade: revista de sociologia política, Florianópolis, v.15, supl. 2016. p. 208-233. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2016v15nesp1p208/33802. > Acesso em: 10 jul. 2017.

Hohlfeldt, Antonio; França, Vera V; Martino, Luiz C. (2003). Teorias da Comunicação. Conceitos, escolas e tendências. 3ª edição, Petropólis, Editora Vozes.

Lagarde, Marcela R. (2012). El feminismo em mi vida. Hitos, Claves y Topías. Gobierno de La Ciudad de México. Instituto de las Mujeres del Distrito Federal. México, DF: Los Talleres de Corporación Mexicana de Impressión.

Laville C. Dionne J. (1999). A Construção do Saber. Manual de Metodologia da Pesquisa em Ciências Humanas. Porto Alegre: Artmed. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Maciel, Betania. (2002). Mulher e Ciência: questões e problemas da inserção feminina na pesquisa científica identificados pela agenda-setting de dois periódicos internacionais. Tese de doutorado em comunicação social – Universidade Metodista de São Paulo. São Paulo.

Mattelart, Armand. (2000). A globalização da comunicação. Bauru, São Paulo: EDUSC. 192 p.

Mignolo, Walter. (2003). Histórias Locais/ Projetos Globais. Colonialidade, Saberes Subalternos e Pensamento. Editora UFMG. Brasil.

Minayo, Maria C.S. (2002). Pesquisa social. Teoria, Método e Criatividade. Editora Vozes, 21ª edição. Petrópolis.

Moura, M.C.D.; Moreno, R.F.C. A interdependência das esferas da reprodução e produção na produção de indicadores: reflexões a partir da experiência das mulheres rurais no sertão do Apodi. Mediações, Londrina, v.18, n. 2, jul-dez. 2013, p. 28-45. Disponível em: http://dx.doi.org/10.5433/2176-6665.2013v18n2p28 Acesso em: 10 jul. 2017.

Peruzzo, Cicília M. K. (2004). Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania. 3. Ed. São Paulo: Editora Vozes.

Rabelo, Desirée C. (2002). Comunicação e mobilização social: a agenda 21 local de Vitória (ES). Tese de

doutorado apresentada a Universidade Metodista de São Paulo. São Paulo.

Santos, Boaventura De Sousa. (1987). Um discurso sobre as ciências. Porto: Edições Afrontamento.

Silva, Josenildo De Souza E... [et.al.]. (2005). Extensão Rural e Desenvolvimento Sustentável. Recife: Bagaço.

Silveira, L. M.; Freire, A. G.; Diniz, P. C. O. (2010). Polo da Borborema: ator contemporâneo das lutas camponesas pelo território. Revista Agriculturas, Paraíba, V.7, n.1.

Tauk Santos, Maria Salett. Estratégia de comunicação para o desenvolvimento local e os desafios da sustentabilidade. In: LIMA, Jorge Roberto Tavares de (org.);

Toro, Bernardo José; Werneck, Nísia Maria Duarte. (1996). Mobilização social. Um modo de construir a democracia e a participação. UNICEF: Brasil.

Teixeira, Elisabeth et al. (1997). Eu Marcharei na tua luta: a vida de Elisabeth Teixeira. João Pessoa: Editora Universitária. Território da Borborema. Resumo Executivo. Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável – PTDRS. Território da Borborema – PB, 2010. Disponível em < http://sit.mda.gov.br/download/ptdrs/ptdrs_qua_territorio024.pdf > acesso em 16 de fev. de 2018. Disponível em: < http://blog.hangar33.com.br/bruxas-da-noite-as-destemidas-aviadoras-sovieticas-da-2a-guerra/ > acesso em 28.02.18

Souza, Claudia Moraes De; Machado, Ana Claudia. (2001). Movimentos Sociais no Brasil Contemporâneo. São Paulo: Edições Loyola.

Peruzzo, Cecilia. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. https://www.revistas.ufg.br/ci/article/viewFile/22855/13596

La espectralidad indígena como comprensión de la actual racionalidad postcivilizatoria

Espectralidade indígena como entendimento da racionalidade pós-civilização atual

Indigenous spectrality as an understanding of the current postcivilization rationality

Carlos Del Valle Rojas [220]

Resumen: El trabajo[221] aborda el enfoque de la espectralidad indígena como estrategia teórica y metodológica para analizar la actual comprensión sociocultural del indígena en Chile.

Palabras Clave: espectralidad indígena, estrategia, indígena de Chile.

Abstract: The work addresses the approach of indigenous spectrality as a theoretical and methodological strategy to analyze the current socio-cultural understanding of the indigenous in Chile.

Key words: indigenous spectrality, strategy, indigenous in Chile.

Introducción

¿Por qué insistir en lo indígena? ¿Por qué seguir mirando lo indígena bajo el escrutinio de la academia? ¿Por qué buscar nuevos modos de comprensión de lo indígena en marcos teórico-conceptuales foráneos, europeos o, aún más, coloniales? Aún más, ¿se trata de una sutil forma de colonialismo, usurpación o extractivismo epistémico, como señala cierta intelectualidad indígena?

Incapaz de responder cabalmente a cada una de estas cuestiones, en cambio, me propongo explicar por qué es necesario seguir observando éticamente –en el sentido tanto del ethos como de la perspectiva ético, esto es, una dialéctica entre lo propio y el afuera- lo indígena, aunque resulte de ello una manera menos segura y más incierta. Este desafío es importante porque no es posible aislar lo que el discurso sobre lo

[220] Carlos DEL VALLE ROJAS. Profesor Titular Universidad de La Frontera, Doctor, Chile, carlos.delvalle@ufrontera.cl
[221] Este trabajo es financiado por el Proyecto ANID-Chile PIA/ANILLOS SOC180045.

mapuche tiene de colonizador y colonizado, siendo muy probablemente una mezcla de ambas voces.

Siguiendo lo anteriormente planteado, este trabajo se estructura de la siguiente manera: primero, considerando la racionalidad civilizatoria, construida sobre la base de la matriz civilización versus barbarie, como un modo de producción aparentemente continuo del indígena, en una dicotomía radical que pare al bárbaro, al enemigo y al marginal; segundo, considerando la racionalidad espectral, construida sobre la base de una coexistencia ambigua de retratos del indígena, que puede ser a la vez un héroe y un bárbaro, una ausencia y una presencia, la vida y la muerte, Cayuqueo y Coliqueo[222], pero también Lemún, Catrileo y Catrillanca[223], o del modo como una vez coexistieron en una misma persona los valores del heroísmo y la traición, como Caupolicán, Lautaro y Galvarino, héroes del siglo XVI[224]. Por último, este trabajo constituye una de las discusiones teórico-conceptuales centrales del proyecto *"Converging Horizons: Production, Mediation, Reception and Effects of Representations of Marginality"* [225], cuyo propósito es analizar las representaciones socioculturales y narrativas de/sobre los actores sociales pertenecientes a diferentes grupos marginalizados en América Latina, a saber, indígenas, migrantes, reclusos y LGTB, en Chile, Argentina y Brasil.

1. Sobre la racionalidad civilizatoria

[222] Pedro César Cayuqueo Millaqueo es un reconocido periodista y escritor de ascendencia mapuche que vive en Santiago; y Jean André Emanuel Beausejour Coliqueo es un destacado futbolista de ascendencia mapuche que integró la selección nacional, también radicado en Santiago.

[223] Edmundo Alex Lemun Saavedra (muerto en 2002, a los 17 años), Camilo Marcelo Catrillanca Marín (muerto en 2018, a los 24 años) y Matías Valentín Catrileo Quezada (muerto en 2008, a los 24 años). Todos ellos jóvenes de ascendencia mapuche –al igual que los anteriores-, pero muertos durante enfrentamientos con la policía en la región de La Araucanía.

[224] Líderes mapuches que durante el siglo XVI se enfrentaron a la dominación española, en una resistencia que terminó con la expulsión de estos últimos; utilizados como héroes para la independencia chilena de principios del siglo XIX, como consta en el escudo de la Patria Vieja, del 30 de septiembre de 1812, que incluye dos (2) personas indígenas (mapuches); además de otros registros, como el periódico chileno de la época El Monitor Araucano, que al inicio de su primer número, del martes 6 de abril de 1813, reza: "Decendencia de Arauco gloriosa…" (sic) y que en su quinto número, del jueves 15 de abril de 1813, dice: "Despertad la alta gloria/Del Araucano nombre,/La fama y el renombre/De esfuerzo y de virtud" (sic), o bien el número 96 del sábado 20 de noviembre de 1813, que destaca: "Siempre vive el vigor marcial de Arauco.· Debe ser republicano el pueblo que tiene héroes". En una Proclama del jueves 17 de abril de 1813 el mismo periódico incluye esta frase: "este és sin duda el tiempo que el eterno, hâ prefijado para que Chile recobre la que en el siglo 16 se le usurpó con tanta inhumanidad como barbarie" (sic). Cincuenta y cinco años más tarde, la barbarie será de otros y la civilización de unos pocos, los mismos: "Yacen en la más estúpida imposibilidad moral; aman su abatimiento, como los cuerpos graves, el reposo; viven sin la conciencia de su personalidad, como las ostras adheridas a la roca, sin que los embates del infortunio los conmuevan, sin que el dolor ni la esperanza los movilicen". (Zavala, Miguel, 1868).

[225] Financiado por la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica, CONICYT-Chile PIA/ANILLOS SOC180045.

Hasta ahora vengo trabajando principalmente desde la matriz civilización y barbarie, la cual me permite operar con bastante tranquilidad, porque los discursos devienen dualidades y binarismos claros, con un comportamiento relativamente estable según los hitos también marcados con cierta seguridad. En este sentido, la oposición es tan simple como opaca, porque suele implicar una retórica autorreferencial, según la cual

> "Los bárbaros son aquellos que niegan la plena humanidad de los demás [...] Es civilizado, en todo momento y en todo lugar, el que sabe reconocer plenamente la humanidad de los otros [porque debemos agregar que lo anterior es en el contexto en que] Ninguna cultura es en si misma bárbara, y ningún pueblo es definitivamente civilizado" (Todorov, 2016: 33, 39 y 79)

Así las cosas, durante la segunda mitad del siglo XIX encontramos variados ejemplos, desde una matriz colonial del poder:

a. La matriz colonial civilización/barbarie contra el indígena

El escritor y político argentino Domingo F. Sarmiento -en su libro Civilización y Barbarie- registra esta matriz colonial homónima con las siguientes palabras: *"Nosotros, empero, queriamos la unidad en la civilizacion i en la libertad, i se nos ha dado la unidad en la barbarie i en la esclavitud."* (Sarmiento, 1874: 24).

Por su parte, el científico polaco-chileno Ignacio Domeyko mantiene esta misma matriz, con algo de espiritualismo naturalista:

> "*Lejos, por consiguiente, de menospreciar al indio por causa de aquella resistencia bárbara con que se ha mostrado hostil a la introducción del cristianismo, lejos de extrañar el valor en su pecho supersticioso, consideremos más bien sus creencias groseras, aun, sus supersticiones ciegas, como otras tantas pruebas de la espiritualidad de su carácter y a la Araucana como un campo feraz y de gran porvenir para la viña del Señor*" (Domeyko, 1846).

Pero este optimismo de Domeyko no es más que un paréntesis en el pesimismo estructural de la época hacia los indígenas: *"Yacen en la más estúpida imposibilidad moral; aman su abatimiento [...] viven sin la conciencia de su personalidad [...] sin que los embates del infortunio los conmuevan, sin que el dolor ni la esperanza los movilicen".* (Zavala, 1868).

Por otra parte, el escritor Alberto Blest Gana, autor de la que es considerada la primera novela histórica chilena, reproduce

esta misma matriz: *"-Yo no sé a la verdad lo que temería más -exclamó don Fidel-, si a los liberales o los bárbaros araucanos"* (Martín Rivas, Blest Gana, 1868).

En un trabajo extenso y detallado, Jaime Valdivieso (1987) realiza un análisis de la sociedad chilena, a la cual caracteriza por su

> "marcada estratificación social de nuestra sociedad, el desprecio moral y étnico hacia un pueblo por quienes lo han dominado, y la presencia de una clase media resentida, arribista, ávida de ocupar por todos los medios un puesto que siempre le fue negado." (Valdivieso, 1987: 14).

En este contexto -advierte el autor- emerge una clase que suele jactarse de su superioridad tanto en el país como en América Latina:

> "una oligarquía orgullosa, tanto de sus atributos físicos, (altos, blancos y fuertes), como morales; con capacidad de trabajo, de ahorro, de disciplina; despreciativa del indio, endógena, de mentalidad feudal, paternalista, desdeñosa de todo lo que ocurriese más allá de las doscientas familias que contabilizó el padre Olivares, familias destinadas por la "Divina Pro- videncia" a manejar el país a su entera voluntad." (Valdivieso, 1987: 16)

Ahora bien, entendemos que estamos frente a un discurso colonial y colonizador y que la filología y la historiografía recientes han recuperado textos y enfoques de una clara cosmovisión descolonizadora; no obstante, sigue siendo un desafío -simplemente por la fuerza de la convivencia- que la relación entre colonizador y colonizado es compleja y ambas categorías tienen un carácter claramente construido social e históricamente; de esta forma,

> "la condición colonial no puede cambiarse sino por la supresión de la relación colonial [...] no puede ser reparada; como a un cepo, no puede sino quebrársela [porque] ese retrato mítico y degradante, querido y difundido por el colonizador, termina por ser aceptado y vivido en cierta medida por el colonizado [De hecho] Con toda seguridad existe –en un punto de su evolución- cierta adhesión del colonizado a la colonización. Pero esta adhesión es resultado de la colonización, y no su causa; nace después y no antes de la ocupación colonial" (Memmi, 2001: 98, 99, 131, 132).

Además, como la colonización está arraigada a un territorio es extensiva a quienes lo habitan, porque se expresa no sólo en un hito histórico, sino en una constante de intervención a lo largo de la historia. Quedan en una relación colonial, en este sentido, tanto quienes estaban al momento de la intervención del colonizador como quienes quedan luego de la salida física del

colonizador, pero cuya presencia tiende a perpetuarse, principalmente a través de las relaciones económicas. Por ejemplo, nadie dudaría de la presencia colonial extranjera aún hoy a través de las grandes empresas transnacionales, cuya presencia habitualmente se establece mediante referencias a relaciones históricas que no son sino relaciones coloniales. De hecho, se suele hablar de la relación de los países europeos con sus ex-colonias, que a través de este "acto comercial basado en referencias históricas" vuelve a hacerse presente como tal. Esta condición es muy poco considerada en la actualidad por cierta intelectualidad mapuche, que ve como colonizador a otros colonizados. Evidentemente, esta relación colonial es una situación diferente al genocidio y política de despojo implementada por el Estado nacional, construido como tal por la oligarquía metropolitana de la época, para la cual todo el resto del país eran territorios que había que "rescatar" para la civilización y que habían convivido sospechosamente con los colonizadores.

En palabras de Paul Gilroy de lo que se trata es de "destacar el ineludible y legítimo valor de la mutación, de la hibridación y de la mixtura con el fin de alcanzar teorías del racismo y de la cultura política negra mejores que las ofrecidas hasta ahora por absolutistas culturales con fenotipos diversamente coloreados" (2014: 277).

b. El indígena como enemigo vecino

Desde el enfoque de la industria cultural, además del rol de la literatura hegemónica, la prensa dominante tiene un papel relevante como actor político, el cual desde mediados del siglo XIX -y de modo sistemático hasta nuestros días-, se ha especializado en producir al bárbaro como enemigo del Estado nacional, la figura del opositor del proyecto civilizatorio:

> "Ansiosamente se esperan en esta provincia noticias oficiales sobre si el gobierno efectivamente tiene la intención de proceder contra el enemigo vecino; y hai muchos que creen no se debe dar importancia a esta conjetura, por ser solo idealizaciones de algunos articulistas, fundándose en que el gobierno no tiene medios ni voluntad para declarar la guerra a este terrible enemigo. ¡Será esto posible! (El Mercurio de Valparaíso, 27 de julio de 1859).

La principal estrategia es relevar los atributos de dicho enemigo:

> "¡Y cómo responderá la república a los repetidos ultrajes de que son víctimas los indefensos pueblos del Sur! ¡Cómo tratará a

> los asesinos que se ceban en la vida de nuestros hermanos, satisfaciendo sus instintos tan feroces como salvajes! Cómo a esos ladrones que se apoderan de las propiedades de ciudadanos chilenos! Cómo, en fin, a aquellos que llevan en una mano la lanza para matar y en la otra la antorcha incendiaria para destruir las habitaciones cristianas! [...] Irá la bandera de la república a prosternarse sumisa ante la planta indómita de un estúpido y cruel agresor! [...] Y nosotros, que tenemos la fuerza, seremos los que sufriremos la humillación!" (El Mercurio de Valparaíso, 29 de julio de 1859).

Especialmente sus méritos como enemigo:

> "La ocupación de la Araucanía será la empresa más popular que pueda acometer; empresa que inmortalizará y colmará de gloria al gobierno que la realice [...] con medios de acción y movilidad suficientemente espeditos para poder acudir con la masa del ejército al punto atacado, a fin de oponer siempre al enemigo imponente fuerza de combate" (El Mercurio de Valparaíso, 8 de octubre de 1862).

Se trata, en definitiva, de una racialización de la criminalidad, como estrategia de producción del enemigo, en el sentido planteado por Lombroso:

> "*Race shapes criminal organizations [...] The indigenous tribes of the Americas are ferocious, as exemplified by the infamous ways in which the Redskins and Brazilian Indians make prisoners suffer [...] Ethnic mixing between European colonists and indigenous peoples in Spanish America has made the latter much more active commercially and intellectually, and finally more rebellious.*" (Lombroso, 2006: 90, 180 y 328).

Nos parece, entonces, que la segunda mitad del siglo XIX -que asiste a la consolidación geopolítica del Estado nación chileno-, opera en el discurso público mediático con una perfecta matriz colonial civilización versus barbarie.

c. El indígena como enemigo del desarrollo

El siglo XX, por su parte, mostrará al enemigo en sus carestías frente al progreso.

En Psicología del Pueblo Araucano Tomás Guevara aportará en la configuración de una marginalidad de tipo cognitiva:

> "Se puede notar desde el principio de la vida histórica de los araucanos que en su conjunto de sus especulaciones religiosas, se hallan incluidos relatos maravillosos de seres zoomórficos. Trasmitiéronse estas tradiciones primitivas por la tradición oral [...] En el araucano se da una tendencia bastante pronunciada a la imitación, con respecto a las acciones. Esta facilidad de

imitar se funda especialmente en el desenvolvimiento de sus órganos visuales y auditivos. Indica asimismo que no puede formar la idea de una acción sin ejecutarla [...] Por consiguiente, todo sistema educativo habrá de encaminarse en primer lugar a la parte psicolójica o al plan de construcción mental, diverso por completo al aplicable al hombre de raza adelantada. Habrá que atenderse tambien el aspecto social, o a lo que concierne a la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos" (Guevara, 1908: 319, 389, 395).

Otra dimensión importante en la conformación del marginal es la racialización del ámbito económico, como lo plantea Francisco Encina:

"En los origenes de la Francia, Italia, y España de nuestros dias, y en general en el de todos aquellos pueblos en que la civilizacion grecorromana fue recubierta por una capa de barbaros de procedencia germana, hubo, como en el caso nuestro, cruzamiento de razas a distinto grado de evolución [...] En otros terminos, los elementos barbaros y los elementos civilizados, al cabo de algunos siglos se encontraron semifundidos y en igual proporcion en toda las capas sociales [...] En Chile el conquistador español se cruzo con el aborigen que aun no salia de la edad de la piedra. Y sobre ser mucho mayor la distancia de civilizacion entre estos elementos, que entre los que constituyeron la base etnica de las naciones modernas de Europa" (Encina, 1911: 98).

2. Sobre el giro espectral: ¿El fin de la matriz civilización/barbarie?

Si bien hasta ahora parece funcionar la racionalidad civilizatoria que opone civilización a barbarie en todos los casos que hemos visto, ¿por qué entonces debemos revisar esta matriz? Además, ¿acaso no se mantiene aún hasta nuestros días la matriz colonial del poder?

Lo que motiva esta inflexión no es el fundamento mismo de la estructura de la matriz colonial, sino más bien sus modos de producción, sus estrategias, sus ocurrencias. En este sentido, primero, constituye una diferencia con los enfoques descoloniales actuales, porque consideramos que las bases coloniales se mantienen; y, segundo, la podemos observar en diferentes momentos históricos, de manera que no responde a una actualidad, sino a una constante. Lo que si podemos advertir es que, aparentemente, esta inflexión se refiere más bien al modo colonial de quien enuncia. Por ejemplo, veamos algunos relatos en los cuales podemos encontrar esta modalidad, como esta cita de la Revista Católica:

"Hai en el sur de Chile un fertil, estenso i bello territorio poblado aun por algunos

millares de los nobles hijos de Caupolican i de Lautaro; hermoso monumento de la lucha heróica sostenida por mas de dos siglos por un puñado de bárbaros idólatras de su independencia i libertad contra el poder invasor de los monarcas españoles, que tan porfiadamente pretendían arrebatarles sus mas caros derechos para someterlos a su dominacion" (La Revista Católica, 1859: 89).

Algo similar ocurre en la obra Mariluán de Alberto Blest Gana, en la cual conviven el indígena civilizado (Mariluán) y el indígena bárbaro (Peoquilén).

El siglo XX nos traerá una serie de obras en las cuales el indígena posee atributos positivos, como *El mestizo Alejo* (1934) de Víctor Domingo Silva, *Lautaro*, *joven libertador de Arauco* (1943) de Fernando Alegría, o *Supay el cristiano* (1967) de Carlos Droguett. Incluso encontramos cierto indigenismo literario en las obras *Ranquil* (1942) de Reinaldo Lomboy, o *Roble huacho* (1948) de Daniel Belmar.

¿Qué sucede exactamente aquí? Coexisten dos retratos, el del héroe y el del bárbaro. Esto implica, primero, que no es posible sostener el continuum de uno de los retratos, como sostienen Blanco y Peeren

"*Perhaps even more intriguing is the "spectral turn" of contemporary literary theory. Because ghosts are unstable interstitial figures that problem- atize dichotomous thinking, it perhaps should come as no surprise that phantoms have become a privileged poststructuralist academic trope. Neither living nor dead, present nor absent, the ghost functions as the paradigmatic deconstructive gesture, the "shadowy third" or trace of an absence that undermines the fixedness of such binary oppositions. As an entity out of place in time, as something from the past that emerges into the present, the phantom calls into question the linearity of history. And as, in philosopher Jacques Derrida's words in his Specters of Marx, the "plus d'un," simultaneously the "no more one" and the "more than one," the ghost suggests the complex relationship between the constitution of individual subjectivity and the larger social collective.*" (Blanco y Peeren, 2013: 62).

En este sentido, siguiendo a las mismas autoras, se trata de que el indígena mapuche aparece como un fuera de lugar y de tiempo, un pasado que emerge en el presente y cuestiona la linealidad de la historia.

La potencialidad de esta aproximación está en las posibilidades comprensivas que se abren:

"*To be spectral is to be ghostlike, which, in turn, is to be out of place and time. Ghosts,*

> *as noted above, violate conceptual thinking based on dichotomous oppositions. They are neither fully present nor absent, neither living nor dead. The ghost is the mark or trace of an absence [...] Phantoms haunt; their appearances signal epistemological uncertainty and the potential emergence of a different story and a competing history.*" (Blanco y Peeren, 2013: 64)

Lo anterior, especialmente porque implica una ruptura epistémica importante:

> "*What has, dare I say, constantly haunted me in this logic of the specter is that it regularly exceeds all the oppositions between visible and invisible, sensible and insensible. A specter is both visible and invisible, both phenomenal and nonphenomenal: a trace that marks the present with its absence in advance. The spectral logic is de facto a deconstructive logic. It is in the element of haunting that deconstruction finds the place most hospitable to it, at the heart of the living present, in the quickest heartbeat of the philosophical. Like the work of mourning, in a sense, which produces spectrality, and like all work produces spectrality.*" (Blanco y Peeren, 2013: 39)

De modo que el indígena mapuche emerge como la marca o rastro de una ausencia, su apariencia es señal de una incertidumbre epistemológica y del surgimiento de una historia diferente y una historia en competencia.

También es interesante detenerse aquí en las incomodidades que muchas veces generan los conceptos como indígena, en el sentido del objeto al cual hacen referencia. ¿Qué es realmente el indígena, lo indígena? Como habitualmente se utiliza en tanto oposición entre lo indígena y lo chileno, suele estar vacío de sentido o tener sentido sólo en un discurso estrictamente académico. Si ustedes buscan en el Tesauro de la UNESCO, no encontrarán "indígena", ni "mapuche", tampoco "etnia". Lo más cercano que encontramos es "grupo étnico" y "población indígena", asociados a otros once (11) conceptos: afrodescendientes, amerindio, asiático, blanco, fulbe, gitano, inuit, mestizo sudafricano, sociedad multiétnica, tribu; y etiquetas alternativas como: minoría nacional, minoría racial, minoría étnica y raza.

Por esta razón es que para Derrida lo espectral es un concepto sin concepto, un cuasi-concepto:

> "*the spectral is a concept without concept. It is a concept or, more accurately, a quasi- concept, which, as Derrida puts it with regard to the notion of iterability, 'marks both the possibility and the limit of all*

idealization and hence of all conceptualization'.2 '[H]eterogeneous to the philosophical concept of the concept', spectrality resists conceptualization and one cannot form a coherent theory of the spectral without that which is spectral having always already exceeded any definition. Indeed, the problem is such – or, to put this another way, the condition of haunting and spectrality is such – that one cannot assume coherence of identification or determination. Epistemological modes of enquiry implicitly or explicitly dependent in their trajectories and procedures on the apparent finality and closure of identification cannot account for the idea of the spectral. Having said that though, consider what seems to be a definition and yet which articulates the experience of the undecidable within what Derrida names the classical or binary 'logic of all or nothing of yes or no': the second epigraph to this preface, where Derrida suggests that the spectral is that which is neither alive nor dead" (Blanco y Peeren, 2013: 70)

Derrida es enfático al respecto cuando señala que lo espectral no está, en sentido estricto, ni vivo ni muerto, a pesar de que esta condición a la que llamamos espectralidad o inquietud está íntimamente envuelta en nuestra comprensión de la vida y la muerte

> "Un espectro parece presentarse, durante una "visitación". Nos lo representamos, pero él, por su parte, no está presente, en carne y hueso. Esta no-presencia del espectro exige que se tome en consideración su tiempo y su historia, la singularidad de su temporalidad o de su historicidad" (Derrida, 2012: 118).

En este sentido, la investigación centrada en la espectralidad permite abordar oposiciones que aparentemente son incontestables y, de esta forma, logra enfrentar lo ignorado, lo que se intenta mantener en las sombras

> "*Spectrality-centered research has effected such a reordering by prompting a concern, across cultural criticism, with challenging seemingly incontestable oppositions -life/death, science/superstition, presence/absence, past/present, visible/invisible- and with drawing attention to what exists in the shadows and is usually ignored [...] This is possible because so many of the characteristics associated with the literal ghost and the spectral metaphor are ambivalent. Which interpretation a particular characteristic is given -and what force it carries- depends not only on the situation, but also on the perspective from which the ghost or ghostly subject is seen: its focalization*" (Peeren, 2014: 13, 24)

Siguiendo a Mbembe, el espectro -o la figura del negro en su análisis- es producido como aquello "que se ve cuando no se ve nada, cuando no se comprende nada y, sobre

todo, cuando no se busca comprender nada [de modo que] el negro fue inventado para significar exclusión" (2016: 26, 33)

Siempre al lado de Mbembe, podemos decir que esta producción del espectro –o lo que él denomina "fantasma de cara", "simulacro de rostro", o una "silueta"- obedece a una racionalidad que pretende ocupar "el lugar de un cuerpo y un rostro de hombre" en función de intereses propios del modelo económico capitalista, que busca en el espectro del negro, del indígena, del inmigrante, del reo, de las mujeres, etc., la respuesta a la pregunta formulada ininterrumpidamente desde el siglo XVII, esto es, "cómo poner a trabajar a una gran cantidad de mano de obra en aras de una producción destinada al comercio de larga distancia" (2016: 54).

Así las cosas, se trata de una racionalidad instrumental del espectro del negro, del indígena, del inmigrante, del reo, de las mujeres, etc., entendida como un complejo sistema técnico-tecnológico, jurídico-judicial, económico-político y socio-cultural, por ende un conjunto de discursos y prácticas, para justificar la dominación, la descalificación moral y la utilización práctica.

a. Espectro, memoria, trauma y recuperación: ¿Otra vez el indígena bajo observación?

Sea a través de las claves de la matriz civilizatoria, o no, los modos de producción histórica e institucionalizada del indígena como bárbaro y enemigo al cual eliminar y despojar, ciertamente tiene las implicancias de un trauma, entendido aquí como una herida en la memoria. Lo que observamos hoy, en efecto, responde precisamente a la crisis del trauma, del recuerdo del dolor, del sufrimiento, del genocidio y del despojo; de forma que las acciones policiales del "comando jungla"[226] y la "operación

[226] Es un grupo de élite de Carabineros de Chile, especialista en operaciones antiterroristas, con formación en el extranjero, especialmente en Colombia. Es la propuesta del presidente Sebastián Piñera para prevenir y disminuir los hechos de violencia en la región de La Araucanía, al sur de Chile; según información obtenida en un cable diplomático filtrado por Wikileaks en 2011. Desde 2007 integrantes de la policía uniformada chilena participan en cursos de ejercicios y adiestramiento en tácticas contrainsurgentes en la selva colombiana. De hecho, un estudio de la Academia Nacional de Estudios Políticos y Estratégicos (ANEPE) cifraba en 56 los chilenos que fueron parte de esos programas de formación entre 2010 y 2013. Oficialmente serían llamados Grupo Fuerza Especial de Tarea de Carabineros, pero coloquialmente se les

huracán"[227], durante el siglo XXI, no son sino una nueva expresión de las heridas abiertas del genocidio mapuche perpetrado en La Araucanía durante la segunda mitad del siglo XIX.

En este sentido, es interesante la aproximación del espectro de Abraham y Torok (1986), quienes lo entienden como una metáfora conceptual relacionada a un discurso de la pérdida, del duelo y de la recuperación; de modo que el enfoque espectral permite, precisamente, abordar esta dimensión de las problemáticas en torno al conflicto entre el Estado nacional y el pueblo mapuche.

De modo tal que efectivamente la expresión que se utiliza para describir al espectro suele ser similar a los términos utilizados para describir las cualidades del trauma. No obstante lo anterior, la metáfora del espectro no se limita a comprender las problemáticas que puedan estar asociadas mayoritariamente a la memoria y la historia (traumática, o no).

Como se trata de un trabajo más bien inicial, parece relevante referirnos brevemente a las perspectivas del uso de lo que podríamos llamar cuidadosamente "espectralidad indígena", en especial desde la tradición estadounidense en autores como Emilie Cameron (2008), Gerry Turcotte (2008), Ken Gelder y Jane M. Jacobs (1999).

b. Posibilidades y limitaciones del giro espectral

En el caso de la espectralidad indígena en Chile, podemos observar una secuencia similar a la de los indígenas en Estados Unidos, esto es un relato como símbolos de la irracionalidad que da paso a historias y romances históricos estructurados en torno a representaciones como estadounidenses en desaparición, es decir, como espectros. Muchos de los autores más destacados de Estados Unidos aprovecharon la figura del indígena espectral como elemento central de sus intentos de desarrollar una literatura nacional exclusivamente estadounidense, como es el caso de Edgar Allan Poe,

conocería con el nombre de quienes los entrenaron en Colombia: Comando Jungla. (La Tercera, Domingo 25 de Noviembre de 2018).

[227] Nombre con el cual se conoce a un operativo de investigaciones policiales dependiente de Carabineros de Chile, realizado en el marco de la Ley de Inteligencia. En este operativo fueron interceptados teléfonos celulares, entre ellos de dirigentes mapuches, abogados y periodistas, además de lograr la prisión preventiva de ocho mapuches. Las investigaciones posteriores demostraron que este operativo fue un montaje, basado en pruebas falsas (Centro de Investigación Periodística, CIPER, 13 de marzo de 2018 y 5 de abril de 2018).

Washington Irving, Lydia Maria Child, Nathaniel Hawthorne, Herman Melville y Charles Brockden Brown, durante la primera mitad del siglo XIX, que escribieron obras basadas en el espectro indígena.

Del mismo modo, la literatura estadounidense opera también una eliminación literaria del indígena para promover y reforzar un proceso de despolitización, a través de la poesía, las narraciones ficticias, las historias, los ensayos filosóficos y científicos y los documentos públicos, todos los cuales niegan la supervivencia de los indígenas y a la vez que lloran celebran su despojo y extinción. Esta esquizofrenia del despojo se repite una y otra vez en las primeras descripciones estadounidenses de los indígenas.

Así, el indígena de América del Norte, al igual que el indígena de América del Sur, será una figura continua de la melancolía, la pérdida, el sufrimiento y la muerte; porque es, ante todo, un ser marginado, expulsado, que llora sus penas en el yermo territorio de Ercilla y Temucuicui, mientras el resto del país consume con obsesión compulsiva las imágenes que circulan en las redes sociales, se conmueve en medio de cacerolazos y frases clichés, o rasga vestiduras en columnas de los medios y páginas egocéntricas de Facebook, Twitter e Instagram. #Todos somos mapuches…o todos somos potencialmente negros, como dice Mbembe.

De esta manera, aunque se puede decir que los indígenas de América del Norte forman parte del imaginario estadounidense, en realidad han desaparecido en las mentes de quienes los han despojado.

Así como el caso estadounidense muestra que en las representaciones literarias los indígenas aparecen como espectros porque la lógica interior del estado nacional moderno requiere que los ciudadanos estén obsesionados, y que el nacionalismo sea sostenido por escritos que evoquen espectros indígenas; en el caso de Chile los espectros funcionan al mismo tiempo como representaciones de la culpa nacional y como agentes triunfantes del ser nacional.

Considerando todo lo anterior, es preciso señalar que el espectro del indígena funciona como una estrategia de eliminación, porque al escribir sobre los indígenas como espectros, la literatura los elimina de las tierras y, como compensación, los coloca dentro del imaginario nacional. Esta estrategia es una de las características centrales del nacionalismo.

Siguiendo a Etienne Balibar e Immanuel Wallerstein en su *homo nationalis*, diremos que sólo en la medida que los indígenas se desvanecen en los espacios psíquicos de los ciudadanos nacionales, el espacio psíquico de cada ciudadano se transforma en nacional; en cuya operación para la producción de la nación

> "Ninguna nación posee naturalmente una base étnica, pero a medida que las formaciones sociales se nacionalizan, las poblaciones que incluyen, que se reparten o que dominan quedan "etnificadas", es decir, quedan representadas en el pasado o en el futuro como si formaran una comunidad natural, que posee por sí misma una identidad de origen, de cultura, de intereses, que transciende a los individuos y las condiciones sociales" (Balibar y Wallerstein, 1988: 149).

Precisamente en este contexto, el giro espectral o estrategia de producción del indígena como espectro, tiene sentido para la dominación desde el Estado nacional y resulta de mucha utilidad para nuestros análisis.

3. Consideraciones finales…o sobre la (im)posibilidad de la razón indígena

El giro espectral como enfoque de los procesos de estigmatización, criminalización, sujeción criminal, marginalización y exclusión, en general, tiene bastante potencial operativo; especialmente porque permite recoger aquellos elementos que normalmente quedan fuera de los análisis por oposición del tipo "civilización versus barbarie" El giro espectral, en este sentido, recupera la contradicción propia de la ambivalencia con la cual los discursos hegemónicos se plantean frente a los grupos subalternizados, esto es asignándoles, al mismo tiempo, características y connotaciones tanto del discurso sobre la civilización como del discurso sobre la barbarie. Lo anterior, porque el propósito no es excluir directamente, sino incluir para excluir. ¿Por qué? Porque los espectros son lo que intentamos enterrar, pero que, al mismo tiempo, no puede permanecer enterrado. O dicho de otra forma, se trata de una dinámica constante de entierro y desentierro, según conveniencia. Los espectros representan nuestros a ser absorbidos por el discurso de otro, por la imaginación de otro. De hecho, la espectralidad indígena no es si no la representación del miedo de quienes requieren la presencia del otro para producir

su identidad nacional y que, paralelamente, requieren la ausencia de ese mismo otro para asegurar su propia existencia nacionalista.

De hecho, para la literatura el indígena es el fantasma necesario para las historias y discursos nacionales, que pretenden invocar una realidad irreal como la identidad nacional, en base a la captura de dichos fantasmas de la experiencia, que capturados en forma impresa son liberados luego de la mente de los lectores, porque son reducidos a vidas mínimas o anecdóticas con la misma fuerza como son elevados, a ratos, a vidas heroicas. Son fantasmas porque representan la vida de héroes y villanos al mismo tiempo y en esta doble condición terminan aniquilados. En efecto, Lautaro y Caupolicán son invocados (metafóricamente) para conformar el espíritu nacional de inicios del siglo XIX, para luego ser destrozados (no metafóricamente) durante el genocidio de la segunda mitad del mismo siglo. Asimismo, en el siglo XXI Coliqueo -el futbolista seleccionado nacional- es elevado a la cúspide del sentimiento nacional y Catrillanca -el comunero rebelde- es muerto en medio del sentimiento de repudio nacionalista. Así, entre vidas mínimas y vidas heroicas, entre villanos y héroes, el mapuche funciona tanto para establecer la nacionalidad chilena como para cuestionarla. Se trata de una práctica discursiva que, por una parte, transforma a los mapuches en fantasmas que pueden ser olvidados pero nunca enterrados, porque han sido elevados a la heroicidad y reclaman su presencia en la historiografía; y, por otra parte, el espectro que genera este intento de desaparición forzada es el que atormenta a la sociedad chilena, esto es el recuerdo imborrable del genocidio infame. Pero a pesar del sentimiento de culpa que generan, la literatura y los medios de comunicación chilenos los invocan obsesivamente.

Referencias bibliográficas

Abraham, Nicolas & Torok, Maria (1986). *The Wolf Man's Magic Word: A Cryptonymy* [trans. Nicholas Rand]. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Balibar, Etienne y Wallerstein. Immanuel (1988). Raza, nación y clase. Madrid: IEPALA.

Blanco, María del Pilar & Peeren, Esther (2013) (Ed.). *The spectralities reader : ghosts and haunting in contemporary cultural theory*. New York/London: Bloomsbury Academic.

Blest Gana, Alberto (1868). *Martín Rivas*. Paris: Baume-les-dames, Impr. de J. Dion.

Cameron, Emilie (2008). "Indigenous Spectrality and the Politics of Postcolonial Ghost Stories", en *Cultural Geographies*, nº 15, pp. 383-93.

Centro de Investigación Periodística, CIPER, 13 de marzo de 2018 y 5 de abril de 2018.

Domeyko, I. (1846). *Araucania i sus habitantes*. Santiago de Chile: Imprenta Chilena.

Derrida, Jacques (2012). *Espectros de Marx. El estado de la deuda, el trabajo del duelo y la nueva internacional*. Madrid: Editorial Trotta.

El Mercurio de Valparaíso, 8 de octubre de 1862.

El Mercurio de Valparaíso, 29 de julio de 1859.

El Mercurio de Valparaíso, 27 de julio de 1859.

El Monitor Araucano (1813). *Tomo I*, Santiago de Chile: lmprenta del Estado P. D. J. Gallardo. [Biblioteca Nacional. Biblioteca Americana "José Toribio Medina"]

Encina, Francisco (1911). *Nuestra inferioridad económica. Sus causas, sus consecuencias*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

Gelder, Ken & Jacobs, Jane (1999). "The Postcolonial Ghost Story", in *Ghosts: Deconstruction, Psychoanalysis, History*. Basingstoke: Macmillan.

Gilroy, Paul (2014). *Atlántico negro. Modernidad y doble conciencia*. Madrid: Ediciones Akal.

Guevara, Tomás (1908). *Psicolojia del pueblo Araucano*. Santiago de Chile: Imprenta Cervantes.

La Revista Católica (1859). Santiago, junio 1 de 1859, número 388.

La Tercera, 25 de noviembre de 2018.

Lombroso, Cesare (2006). *Criminal Man* [translated and with a new introduction by Mary Gibson and Nicole Hahn Rafter with translation assistance from Mark Seymour.] Durham and London: Duke University Press.

Mbembe, Achille (2016). *Crítica de la razón negra. Ensayo sobre el racismo contemporáneo*. Barcelona: NED Ediciones.

Memmi, Albert (2001). Retrato del colonizado. Precedido por el retrato del colonizador. Buenos Aires: Ediciones de la Flor.

Misse, Michel (2017). *Una identidad para el exterminio La sujeción criminal y otros escritos*, Temuco: Ediciones UFRO.

Peeren, Esther (2014). *The Spectral Metaphor. Living Ghosts and the Agency of Invisibility*. New York: Palgrave Macmillan.

Sarmiento, Domingo (1845). *Civilización i Barbarie. Vida de Juan Facundo Quiroga. Aspecto físico, costumbres i habitos de la Republica Arjentina*. Santiago: Imprenta del Progreso.

Todorov, Tzvetan (2016). *El miedo a los bárbaros. Más allá del choque de civilizaciones*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Turcotte, Gerry (2008). "Spectrality in Indigenous Women's Cinema: Tracey Moffatt and Beck Cole". *The Journal of Commonwealth Literature*, 43, nº. 1, 7-21.

Valdivieso, Jaime (1987). *Chile: Un mito y su ruptura*. Santiago de Chile: Ediciones LAR.

Zavala, M. (1868). *Protectorado de Indios. O sea proyecto de ley ofrecido a las consideraciones de los II.II. Representantes de la Nación, en la Legislatura de 1868, con el fin de Mejorar la deprimida condición social del Indio, haciendo realizables sus derechos*. Lima: J.M. María.

“Zaga e Teile”: narrativas de si a partir do popular periférico

“Zaga e Teile”: auto-narrativas desde la periferia popular

“Zaga e Teile": narrativization of self from the popular peripheral

Sthael Luiza Aleixes Fiabane[228]

Resumo: A partir da discussão que Bieletto-Bueno (2018) constrói sobre “ruído” ou “escândalo” como algo que parte do inculto e se dá em oposição à escuta musical silenciosa, individualizada e incorpórea, abordamos práticas sociais performadas por sujeitos periféricos via redes digitais e de que forma essas são entendidas como “escandalosas”, sobretudo quando marcadores sociais de raça e classe estão postos. Ao mesmo tempo, para além das polícias e políticas que negam o “vulgar”, este se populariza e se celebriza, e a partir das cidadanias celebrities (RINCÓN, 2016) que revelam-se com a cultura digital, corpos periféricos fazem-se visíveis por meio de uma estética e voz próprios. Por outro lado, a celebrização de Alcione Alves - que aqui escolhemos como objeto, leva a discursos de superação pautados na lógica de um empreendedorismo de si e “novas maneiras de ter sucesso e fracassar” características de um “novo espírito do capitalismo” (BOLTANSKI E CHIAPELLO, 2009). Interpretamos essas narrativas a partir da perspectiva biográfica (MUNIZ TERRA, 2018) que do ponto de vista metodológico considera o sujeito e o que este relata sobre si como objeto de investigação.

Palavras-chave: Popular periférico, Popular midiático, Narrativas autobiográficas.

Abstract: In a key to understanding the popular that crosses the media, we approach social practices performed by peripheral individuals who become celebrities via digital networks and how this success leads to overcoming discourses.

Key words: Peripheral popular, Popular in Media, Autobiographical Narratives.

[228] Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Participante do Grupo de Pesquisa: publicidade nas novas mídias e narrativas do consumo (PPGCOM-UFPE). E-mail: sthael.luiza@gmail.com

Introdução

O vídeo que aqui analisamos é uma perfomance do dançarino Yrlan Souza narrada por Alcione Alves[229] em que cada uma das frases da narração acompanha sincronicamente os passos que o dançarino executa e tanto os termos quanto os gestos apresentados relacionam com o baixo corporal e com a proposta de uma ausência de pudores.

A expressão zaga e teile criada por Alcione - assim como a performance em questão -, relaciona com o improviso; com o senso tático – as "táticas do cotidiano" (CERTEAU, 1988); com o baixo corporal – "a vida da parte inferior do corpo, o ventre e os órgãos genitais" (BAKHTIN, 1988, p. 25) e com o escrachar – "é apenas o escrachar, o bagunçar alegre das telas dos poderosos" (RINCÓN, 2015, p. 42).

Enquanto instâncias legitimadoras como a mídia e a publicidade possuem regras, a cultura digital faz com que certas regras sejam tensionadas ou suspensas, e se entendemos o ruído como algo que parte do inculto, que é inesperado e não previsto de acordo com normas ou pressupostos morais estabelecidos por uma elite, a atuação de sujeitos populares nas redes pode ser considerada ruidosa.

O videoclipe conta com a seguinte descrição (por Alcione): "Desfile 'mata week'[230] Calvin Klein[231], com passada de rainha de bateria, modelo abusada e foi: marcação vertical, cambrê giratório, pose pra foto, close de braço, cruzamento egípcio com fechamento monge e teile. Trocada de braço com quicada lateral, movimento confuso, quicada, quicada sensual, é hora de morfar, puxei e zaga! puxei e teile! levantamento de cu lateral e teile! (Figura 1) ciscou e teile! Eu vou matar (Figura 2), cala a boca, você e ela, não quero escutar, tem a língua grande, jogada de cabelo boca, alisamento anal (Figura 3) e teile! ciscou, quicada lateral e zaga! alisamento anal alongado, puxou de

229 Alcione Alves, mulher negra, periférica, pernambucana, que ganhou popularidade com as performances (em maior parte coreografias) que narra e publica em seu Instagram. Hoje, Alcione é influenciadora digital e assim se define em sua página na referida rede social.

230 Referência às semanas de moda - eventos nacionais e internacionais anuais em que desfilam grandes marcas. Pela narração, entende-se como um desfile na semana de moda "da mata".

231 Marca da cueca do dançarino, que aparece um pouco acima da bermuda.

'trava'[232], jogada de cabelo boca, alisei e teile e zaga, e teile e zaga, jogada sem cabelo, bingada no asfalto (Figura 4), jogada sem cabelo empinada de cu no asfalto".

Figura 1 – "E teile!"

Incultos e Escandalosos

Os trajes do dançarino Yrlan – descalço, de bermuda, com parte da cueca à vista e sem camisa; o cenário – zona rural; e a qualidade da imagem são características que se relacionam com uma realidade precária que faz ver classe, raça e gênero, e o que aqui também discutimos é a liberdade de autorrepresentação e as possibilidades de expressão dos sujeitos periféricos.

Figura 2 – "Eu vou matar"

232 Travesti.

Figura 3 – “Alisamento anal”

Figura 4 – “Bingada no asfalto”

Quando a escuta musical aparece nos corpos, no prazer desses corpos, na dança, marcadores sociais de classe e raça são mobilizados para determinar o que será estabelecido como escândalo – se falamos de um corpo pobre, negro ou mestiço, são maiores as chances de suas práticas serem enquadradas como imorais. Essa classificação parte de um outro que detém privilégios sociais e dos que determinam normas, regras e leis – a polícia, a política.

> Ainda que a palavra “escândalo” tenha sido utilizada com frequência em levantamentos de multas e relatórios de detenção, o termo nunca teve uma caracterização legal. Como mostram os registros, foi a apreciação subjetiva dos inspetores que serviu para determinar quando as expressões das pessoas haviam transpassado os limites do sonoramente aceitável, ainda que frequentemente isto também tenha implicado no que consideravam inadmissível em termos estéticos, corporais e morais[233] (Tradução nossa). (BIELETTO-BUENO, 2018, p. 164)

233 Aunque la palaba “escándalo” fue utilizada con frecuencia en levantamientos de multas y reportes de detenciones, el término nuca tuvo una caracterización legal. Como ilustran los registros, fue la apreciación subjetiva

Bieletto-Bueno (2018) tem como arquivo de seu trabalho documentos e medidas oficiais[234] de outro tempo, em outro lugar – México Pós Revolucionário, e tem como preocupação fenômenos de ordem sociocultural, histórica, territorial, epistemológica, mas principalmente "acustemológica" como a mesma defende. No entanto, é no desenvolvimento de ideias sobre o culto e o não culto e de que forma essas tornam-se instrumentos de classificação social à época - e que perpetuam-se até hoje, que especialmente nos interessam na discussão que a autora constrói.

Se as formas de inscrição de som na América Latina ou o processo de escuta tem efeitos nas formações socioculturais, o argumento de Bieletto-Bueno (2018) é de que essas experiências sonoras desencadeiam disputas por territórios simbólicos e materiais.

Os jogos de poder se fazem presentes de forma que o olhar de sujeitos com subjetividades colonizadas pode enquadrar os sons produzidos por esse outro como exótico-selvagem-primitivo "los sonidos, o las vocalizaciones de los nativos americanos, fueron usadas para construir um otro ontológico, bien por el oído del colonizador"[235] (BIELETTO-BUENO, 2018, p. 163).

Entre os modos de escuta corpórea e incorpórea, a diferença estaria em uma suposta elevação espiritual da última por uma determinação que pressupunha regras de etiqueta, um processo meditativo de escuta proposto pela elite em oposição ao "ruído", que seria a escuta que se manifesta pelo corpo.

Na ordem dos bons costumes, são esperados comportamentos ou formas de se comportar compatíveis com a ideia de um "sujeito urbano civilizado" e é por essa razão

---

de los inspectores lo que sirvió para determinar cuándo las expresiones de la gente habían traspasado los límites de lo sonoramente aceptable, aunque a menudo esto también implicó lo que consideraban inadmisible en términos estéticos, corporales y morales.

234 Medidas oficiales que afectaron la vida pública y la privada, tanto como los cuerpos individuales y colectivos. En continuidad con las administraciones coloniales, el llamado *Reglamento de Diversiones Públicas* (1894) intentó regular la conducta de las personas en espectáculos públicos, bien al aire libre o en los teatros de la ciudad.

235 Os sons, as vocalizações dos nativos americanos, foram usadas para construir um outro ontológico, pelo ouvido do colonizador. (Tradução nossa)

que quando um corpo dança, entra em transe, que o conceito de escândalo é empregado, como algo que se opõe à pretensão de civilidade.

O que incomoda nesse corpo dançante também não é exatamente a dança por si, a escuta corporificada, mas que corpo é esse que dança. Quando considerado "irracional" ou "primitivo" – negro, mestiço, não integrante de uma elite intelectual social, parte daí a lógica que o marcava e ainda marca como imoral ou inaceitável socialmente.

Partindo da perspectiva que a performance de Yrlan não pode ser entendida como uma escuta imaterial e que essa característica da dança que executa também está fortemente marcada pela narração – por Alcione, podemos entender porque o gozo músico-corporal desperta incômodos entre as autoridades, assim como parece ter potencial para ser um "esquema de politização" que não está no ativismo discursivo, mas que entende a liberdade corporal inserida no cotidiano como possibilidade de existência, dessa ética de existência.

Bieletto-Bueno (2018) lembra que a questão da corporalidade e das regulações em torno dessa estiveram associadas a questões de raça, dos afrodescendentes na América, dos negros e cubanos. Com o vídeo que é nosso objeto de análise estamos atentos às questões de raça e classe postas, ao corpo que se move e à narração que estimula e explicita esse movimento.

Articulamos aqui a noção de escândalo como um conceito que se em outro momento histórico foi utilizado para regular, normatizar e controlar corpos, agora aparece para nós, em uma perspectiva positiva, da importância do ruído e do valor em se criar e gerar um desconforto - que não é nosso.

Nesse sentido, notamos também um interesse das pessoas pelo ruidoso, inculto e escandaloso, um querer consumir imagens e narrativas que são produto de sujeitos periféricos e que aparecem midiaticamente, sobretudo via redes sociais digitais.

Sendo as redes esse espaço que consideramos propício não para que o outro represente o popular, como já ocorre – e não é recente, nos meios tradicionais massivos, mas para uma autorrepresentação que se dá porque estes possuem seus próprios meios e modos de produção, desestabiliza-se inevitavelmente relações simétricas de poder e cria-se novas formações subjetivas, construindo outros imaginários.

O que por um olhar regulador ou colonizado pode ser considerado vulgar e ser negado ou rechaçado, também se populariza e se celebritiza. São as cidadanias celebrities de que fala Rincón (2016):

> Se ser cidadão é ganhar poder na vida diária e aumentar o bem-estar social e simbólico, as "cidadanias celebrities" (Rincón, 2010) consistiriam na "produção" do uso mesmo a partir da e na demanda do entretenimento (alegrar-se pelo gosto de um); na expressão do uso mesmo para se fazer visível através de uma estética própria e de uma voz própria; na ação coletivista de significar junto com outros; na afirmação da identidade ou esse encontrar um lugar no mundo para ser a estrela de sua própria tela e em seus próprios termos. (RINCÓN, 2016, p.17)

O "ser estrela" de sua própria tela relaciona-se com a ideia de autorrepresentação, do se produzir como forma de entreter-se, entreter outros e dessa estética e voz próprios,

que no vídeo que consideramos ocorre tanto por Yrlan com a coreografia que apresenta quanto por Alcione ao narrá-lo.

A criatividade de Alcione, o seu exercício enquanto criativa ao construir uma forma sua de narrar, em que, a fama ou ser conhecida por isso a legitima como narradora profissional ou "rainha das narrações"; sua desenvoltura e articulação na fala e a invenção de termos que se popularizaram fácil e rapidamente (zaga, teile, laga); o ritmo rápido da narração que traz a ideia de uma esperteza; o palavrão que relaciona com o "escracho"; a oralidade como recurso também no uso de palavras do universo LGBT (interagindo assim com esse público); a descoberta de si como alguém engraçada, do humor como principal artifício para comunicar; enfim, a construção dessa voz, nos traz características e apontamentos sobre as possibilidades de expressão dos sujeitos periféricos, de uma cidadania celebritie.

O relato autobiográfico de Alcione Alves

A abordagem da biografia, do relato de vida que toma o sujeito como objeto de investigação parece-nos própria pelo entendimento de que não só a trajetória do indivíduo como ator social, mas especialmente a forma como esse conta suas vivências e experiências, objetiva e subjetivamente apresentando sua compreensão de mundo, apresenta também um recorte da realidade social de uma época, das normas e valores que tem importância na

comunidade da qual o sujeito faz parte e, acrescentamos aqui: da comunidade que o sujeito não exatamente integra, mas se vê como integrante ou quer ser parte.

Uma vez que Alcione torna-se celebridade – inclusive respaldada institucionalmente ao ter sido contratada pela Rede Globo, se dá em sua biografia um acontecimento chave, um ponto de virada[236] que aparece em sua fala quando a mesma relata o momento bifurcativo de sua trajetória[237], de sua escolha de vida em ser famosa e assumir o trabalho de influenciadora digital como sua nova carreira e os efeitos disso em suas relações sociais, em seu poder de consumo, em sua ascensão social.

> Assim então, a perspectiva biográfica permite a reconstrução de histórias de vida que são resultado do entrecruzamento de três dimensões específicas: a multiplicidade de elementos (também chamados instituições ou subhistórias) presentes na história de vida e a importância que tem cada um deles. Estes elementos encaminham a dimensões subjetivas: a percepção que tem o ator social sobre sua educação, seu trabalho, sua família, suas relações sociais, sua história residencial, ou as condições objetivas em que se desenvolve sua trajetória vital: a comunidade, as empresas existentes nessa comunidade, o mercado de trabalho local, as instituições educativas, sanitárias, de recreação e políticas existentes.[238] (Tradução nossa). (MUNIZ TERRA, 2018, p.4)

É importante pontuarmos as condições de aparição desse discurso que se dá no contexto de um evento da Universidade

236 A corrente biográfica norte americana que construiu uma aproximação específica denominada "curso de vida", desenvolveu o conceito de "turning points" ou "pontos de inflexão" para analisar aquele inesperado que introduz mudanças nas trajetórias vitais (ELDER, 1989). (Tradução nossa)

237 Avaliação de certas opções e estratégias a seguir por parte dos atores. (Muñiz Terra, 2018, p.4) (Tradução nossa)

238 Así entonces la perspectiva biográfica permite la reconstrucción de historias de vida que son el resultado del entrecruzamiento de tres dimensiones específicas: La multiplicidad de elementos (también llamados instituciones o subhistorias) presentes en la historia de vida y la importancia que tienen cada uno de ellos. Estos elementos remiten a las dimensiones subjetivas: la percepción que tiene el actor social sobre su educación, su trabajo, su familia, sus relaciones sociales, su historia residencial, o a las condiciones objetivas en las que se desarrolla su trayectoria vital: la comunidad, las empresas existentes en esa comunidad, el mercado de trabajo local, las instituciones educativas, sanitarias, de recreación y políticas existentes.

Federal de Pernambuco, em que ela é convidada e tem sua fala anunciada como uma palestra para uma plateia de jovens universitários, estudantes de publicidade[239]. O conteúdo da apresentação foi solicitado como um relato de sua trajetória de vida e profissional, sua relação com as redes sociais e as campanhas que protagonizou de maneira geral, com a precaução de não estabelecer limites como até onde ou por onde seu texto tocaria.

Na ocasião, Alcione inevitavelmente se coloca em relação a esse público, diferencia-se por afirmação, por estar no lugar de famosa, rica, em um palco e estabelece uma distinção diante dos estudantes ao trazer questões profissionais (do sucesso que alcançou) e financeiras, do poder aquisitivo que, agora, parece dispor.

Em uma primeira etapa da palestra já ficam claros o tom e o conteúdo do discurso de Alcione e como ela pretende conduzir o diálogo com o público: construindo um relato de vida, uma autobiografia, a começar pelas perguntas que abrem sua fala "O que é que Alcione fazia?", "Quem é Alcione?" - referindo-se a si na terceira pessoa.

> Então, meu nome é Alcione Alves, tida na internet como rainha das narrações, termo dado pelas pessoas da internet, né . E eu viralizei na internet no ano passado, e aí o que aconteceu? Como aconteceu isso? O que é que Alcione fazia? Quem é Alcione na verdade? Eu era simplesmente uma estudante de engenharia (público ri) e minha mãe sempre falava "vá estudar, vá estudar, vá estudar" aí eu "tá bom, vou estudar" estudei, passei em engenharia aqui na federal e aí eu tava bem feliz na minha vida, ia fazer engenharia, ia seguir meu rumo e aí antes disso trabalhei numa empresa e tal, nunca tinha trabalhado na minha vida e fui trabalhar numa empresa administrativa, o cara me chamou pra ser gerente administrativa – não sei como – acho que era por causa do meu jeito descolado pra publicidade, essas coisas, e eu não sei por que ele me colocou na administração, mas enfim. Aí eu lidava com muito dono de empresa não sei o que e tal então eu resolvi abrir um negócio pra mim e não quis mais trabalhar pra ninguém, eu vi que eu não nasci pra ser funcionária. (ALCIONE ALVES, 2019)

239 11ª Semana de Publicidade da UFPE - Tubo de Insight, projeto dos alunos de publicidade da universidade que recebe pesquisadores e convidados do mercado para palestras, workshops e oficinas. O evento foi realizado no Centro de Artes e Comunicação (CAC) do dia 21 a 25 de outubro de 2019.

Fala do tempo anterior à fama, sua relação com os estudos - que se dá por um desejo de sua mãe e não seu e diminui de alguma forma a importância da graduação “eu era simplesmente uma estudante de engenharia”. Comenta o vínculo com seu primeiro trabalho que é justificado por um talento supostamente reconhecido que nada tinha a ver com a função para o qual tinha sido contratada, mas sim com seu trabalho hoje (“o cara me chamou pra ser gerente administrativa – não sei como – acho que era por causa do meu jeito descolado pra publicidade”). E dando indícios ou buscando fazer entender de que ali havia e já identificava seu propósito de vida, flerta com o empreendedorismo nesse primeiro momento da palestra: “eu vi que eu não nasci pra ser funcionária”.

Figura 5 – Alcione Alves (2016)

Figura 6 – Alcione Alves (2018)

Em “O novo espírito do capitalismo”, Boltanski e Chiapello (2009, p.32) falam sobre as recentes transformações do capitalismo acompanhadas por mudanças, em que as ideologias são associadas às atividades econômicas, sendo essas um

“conjunto de crenças compartilhadas, inscritas em instituições, implicadas em ações, e, portanto, ancoradas na realidade”.

Quer dizer sobre “como as pessoas se engajam na ação, suas justificativas e o sentido que elas atribuem a seus atos” (BOLTANSKI E CHIAPELLO, 2009, p.32) e por essa razão destacamos o termo propósito ao referirmos à última frase que marcamos de Alcione. O trabalho desses autores tem enfoque no surgimento de novas representações da sociedade, novos modos de por “pessoas e coisas à prova” e, o que aqui mais nos interessa, “novas maneiras de ter sucesso e fracassar”.

A partir da fala de Alcione na primeira etapa da palestra, o fracasso aparece quando refere aos estudos e ao trabalho formal, enquanto o sucesso estaria nesse ser empresária, dona de seu próprio negócio – que aparece em outros discursos (de empreendedores) como uma resposta do capitalismo para uma sociedade justa ou, no caso de Alcione, como um destino justo (“não nasci para”).

“O capitalismo, sob muitos aspectos, é um sistema absurdo: os assalariados perderam a propriedade do resultado de seu trabalho e a possibilidade de levar uma vida ativa fora da subordinação” (BOLTANSKI E CHIAPELLO, 2009, p. 38). Em outras palavras, se o trabalhador extrai rendimentos da venda de sua força de trabalho - porque não dispõe dos meios de produção, é por não dispor desses meios que perde a propriedade do resultado de seu trabalho e por isso, está preso a esse lugar de submissão, como empregado.

A motivação material, a satisfação das necessidades passa a ser então, ao longo dos anos, pouco estimulante. À vista disso, novas profissões enfatizam e estimulam o envolvimento pessoal, vantagens coletivas. O novo espírito do capitalismo é então a ideologia que justifica o engajamento no capitalismo, é quando a economia liberal mais que conquistar coração e alma dos indivíduos conquista mentalidades de forma que se dá uma naturalização do sistema.

É nesse contexto que emerge o selfie quantificado, o culto ao “eu performático” - “as perspectivas que teorizam o pós-modernismo têm celebrado por sua vez a existência de um “eu” inevitavelmente performativo” (HALL, 2000, p.103), a era dos especialistas e, sobretudo os discursos de superação, de conquistadores.

A fábrica cede lugar à empresa e a lógica do empreender faz surgir o “eu empresa”, fortemente propagado na cultura empreendedora e que aparece como modo

de existir, afetando as maneiras com as quais indivíduos identificam-se como sujeitos que precisam ser produtivos (como cidadãos, consumidores, trabalhadores) desde as sensibilidades até situações práticas do cotidiano.

A performance do eu unida a narrativização da própria vida se dá porque "o principal empreendimento em nosso tempo é conceber a própria vida como algo a ser gerenciado, otimizado, performatizado, em compatibilidade com o cenário dinâmico, flexível e competitivo" (CASAQUI, 2016, p.3). Quando Alcione fala que vai para o Instagram e vai "bombar", faz uso de um termo do universo dos discursos de superação, da ordem de uma "ambição maior", promete ser "vencedora" e também como característica dessa postura, desafia, com a julgada segurança de que será capaz: "tu quer apostar quanto?".

> Revalorizando o sujeito como objeto de investigação, essa perspectiva se preocupa, em linhas gerais, em resgatar a trajetória vital do ator social, suas experiências e sua visão particular e por apreender o contexto em que tem lugar, dado que esse enfoque considera que a história de vida é reflexo de uma época e das normas sociais e os valores essencialmente compartilhados da comunidade que o sujeito faz parte. (Tradução nossa) (FERRAROTTI 1990; PUJADAS 1992 apud MUNIZ TERRA, 2018, p.3)

A fala de Alcione traz o discurso do empreendedorismo de si pautado por esse "novo espírito do capitalismo" (BOLTANSKI E CHIAPELLO, 2009), um momento marcado histórico e socialmente com outros paradigmas de sucesso, que já não são os mesmos de dez ou vinte anos atrás.

Alcione Alves e a "cidadania celebritie"

O "ofício" de influenciar é posto como relativamente fácil porque repentinamente privilegia sujeitos no mundo de uma fama respaldada por instituições; tem potencial discursivo de engajar pessoas e permite que os influenciadores digitais considerem-se especialistas, autoridades para falar dessa carreira e de si como protagonistas e vencedores dessas trajetórias.

Quando falamos sobre o discurso dos atores sociais refletir a comunidade que pertencem ou que buscam pertencer, destacamos o papel de Alcione como parte desse grupo de influenciadores que manejam uma certa ideia de carreira que representa o momento atual do capitalismo, apresentando parte de uma realidade sociocultural, e suas intenções em marcar seu lugar como uma

celebridade – sobretudo na relação que cria ou que quer mostrar que tem com outros famosos que aparecem quase como mediadores e legitimadores de sua fama.

Figura 9 - Alcione e Ivete Sangalo

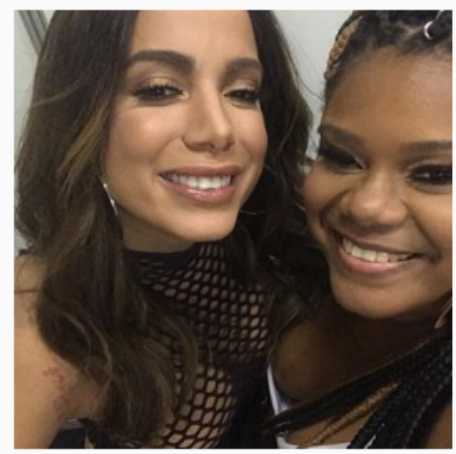


Figura 10 - Anitta e Alcione

O que, enfim, parece ser ainda mais intrigante e contraditório ao entendermos Alcione como essa voz e esse corpo popular periférico que aparece midiaticamente, e se constrói a partir do escandaloso que desestabiliza normas e padrões, é que, ao mudar de status social, ficar famosa, ser contratada pela Globo e relacionar-se com globais passa a negar traços de marcação social como raça, gênero e classe, afirmando por exemplo que nunca sofreu preconceito por ser negra, gorda, nordestina e periférica.

No entanto, supõe dificuldades em fazer o público do sul do Brasil rir de suas piadas e relaciona com um possível preconceito de cor: “Você chega lá pra fazer humor no Rio Grande do Sul, eles não gostam de pessoas da cor escura, né? Você fala a melhor piada do mundo eles tão assim ó (imita rostos sérios)”.

O estudo da narrativa de si torna-se fundamental à medida que é partir dessa que notamos como se dá o processo de construção de identidade do sujeito periférico e como esse responde ao contexto do qual é parte pelo que conta. É por meio da produção de coerência narrativa, um dos fenômenos que se articula com a noção de identidade que “se puede visibilizar los modos, las estratégias emergentes, a través de las cuales las actividades narrativas son puestas en práctica cotidianamente tanto para producir coherencia como para generar

diferencia[240]" (GUBRIUM y HOLSTEIN, 1998, p.165)

Pelo que Alcione apresenta, nos parece que é construída por meio da narrativa que cria, uma identidade nesse novo momento de vida, que nega esse outro lugar como periférica e que tem relação com agora sentir-se incluída socialmente ou com uma forma validada de ser via consumo, por algum status social em decorrência de novas sociabilidades e por ganhar dinheiro.

Há aqui possibilidades de exercer uma cidadania e diferenciar-se pelo consumo com a renda que a carreira de influenciadora permitiu – enfatizando o retorno financeiro como principal vantagem. Mesmo que declare que está rica, não faz relação com um consumo de ostentação, mas com bens e necessidades acessíveis à classe média, como: reformar um quarto, ter um quarto planejado, comprar um carro e viajar quando tem vontade, dando o exemplo do Rio de Janeiro como destino. Relembramos por fim, o que fala Rincón (2016, p.42) sobre as cidadanias celebrities a partir do entendimento de que "ser cidadão é ganhar poder na vida diária e aumentar o bem-estar social e simbólico".

Considerações Finais

O que nos interessa nesse trabalho é, a partir do entendimento que modalidades de escuta determinadas por autoridades ou por cidadãos legítimos (cidadãos "de bem") são instrumentos de classificação social, repensar como "cidadãos de segunda classe" podem contribuir para uma distribuição mais diversa do uso de espaços públicos – considerando que há uma disputa territorial e para construção de outros imaginários, dando importância a dissidências simbólicas.

Por essa razão, a presença, visibilidade e possibilidades de expressão dos "não-letrados" ou "incultos" torna-se uma questão cara, sobretudo quando contam com atravessamentos midiáticos, expandindo essas "apresentações" a um maior número de pessoas.

Essa exposição tem implicações – que já pontuamos, na construção de si desses sujeitos periféricos, quando entendem-se em outras relações de trabalho e vida social - diretamente relacionadas. Nossa

240 Se pode visibilizar os modos, as estratégias emergentes, através das quais as atividades narrativas são postas em prática cotidianamente tanto para produzir coerência como para gerar diferença.

compreensão se deu a partir da perspectiva teórica interpretativa que aborda Muniz Terra (2018, p.21), “rescatando en particular la trayectoria vital del actor social, sus experiencias y representaciones” [241] e “preocupándose especialmente por la clásica tensión presente en la sociología entre el mundo objetivo y subjetivo” [242].

Refêrencias

ALVES, A. (2019). Palestra na 11ª Semana de Publicidade da UFPE - Tubo de Insight. Centro de Artes e Comunicação (CAC). Recife.

BAKHTIN, M. (1999). A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais. Tradução de Yara Frateschi Vieira. São Paulo; Brasília: Hucitec; EDUNB.

BIELETTO-BUENO, N. (2018). De incultos y escandalosos: ruido y clasificación social en el México postrevolucionario. In: Resonancias. Volume 22, Nº43, p.161-178.

BOLTANSKI, L; CHIAPELLO, È. (2009). O novo espírito do capitalismo. São Paulo: Martins Fontes.

CASAQUI, V. (2017). A Inspiração como forma comunicacional do capitalismo “cool”. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXXIX, 2016. São Paulo. Anais... São Paulo: 2016. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0837-1.pdf Acesso em: 24 out.

CERTEAU, M. (1998). A invenção do cotidiano. Petrópolis: Vozes.

DARDOT, P; LAVAL, C. (2016). A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo.

HALL, S. (2000). Quem precisa de identidade. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). Identidade e diferença. Petrópolis: Vozes.

HOLSTEIN, J; GUBRIUM, J. (1995). The active interview. Londres: Sage.

MUNIZ TERRA, L. (2018). El análisis de acontecimientos biográficos y momentos bifurcativos: una propuesta metodológica para analizar relatos de vida. In: FORUM: QUALITATIVE SOCIAL RESEARCH

241 Resgatando em particular a trajetória vital do ator social, suas experiências e representações. (Tradução nossa)

242 Preocupando-se especialmente pela clássica tensão presente na sociologia entre o mundo objetivo e subjetivo. (Tradução nossa)

SOZIALFORSCHUNG. Volume 19, Nº2, Art. 13.

RÍNCON, O. (2015). O popular na comunicação: culturas bastardas + cidadanias celebrities. In: AMADO, Adriana e RINCÓN, Omar. La comunicación en mutacion. Bogotá: Fundación Friedrich Ebert (FES).

SENNETT, R. (2007). A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record.

SENNETT, R. (2006). A cultura do novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record.

SISTO, V; FARDELLA, C. (2009). Control narrativo y gubernamentalidad: La producción de coherencia en las narrativas identitarias. El caso de profesionales chilenos adultos jóvenes en condiciones de vinculación laboral flexibl. In: FORUM: QUALITATIVE SOCIAL RESEARCH SOZIALFORSCHUNG. Volume 10, Nº2, Art. 29.

Transnacionalización de prácticas culturales de la Regla Ocha-Ifá en contextos de globalización

Yusymit Castillo Guerrero[243]

Yamilé Ferrán Fernández[244]

Lissette Hernández García[245]

Ramón Torres Zayas[246]

Resumen: El presente texto, remite resultados parciales de una investigación de tesis para optar por el grado de licenciatura en Comunicación Social, la cual explora la transnacionalización de las prácticas culturales de la Regla Ocha-Ifá en contextos de globalización. La pesquisa precedente se interesa por identificar las tendencias y cambios más visibles que experimentan estas prácticas según se recoge en la literatura científica y a criterio de expertos, a partir de los lugares de acogida de los practicantes, y mediadas por condicionantes del contexto global como la mercantilización, la virtualización y la hibridación cultural, entre otras, sobre las cuales se encadenan complejos procesos y fenómenos como las diásporas, los flujos migratorios y las redes transnacionales de actores religiosos/practicantes y nodales, los cuales se expresan a la luz de macroprocesos económicos, políticos y sociales. Todo ello valorado desde los estudios comunicológicos con énfasis en la perspectiva transdisciplinar.

Palabras clave: Transnacionalización, prácticas culturales, Regla Ocha-Ifá.

[243] Licenciada en Comunicación Social, Facultad de Comunicación; investigadora de la Asociación Cultural Yoruba de Cuba, email: castilloyusy@gmail.com. Universidad de La Habana.

[244] Doctora en Ciencias de la Comunicación, MSc. en Marketing y Comunicación, Licenciada en Periodismo, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Profesora e Investigadora de la Facultad de Comunicación, email: yferran67@gmail.com.

[245] Máster en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Profesora y asesora de la Dirección de Extensión Universitaria de la Universidad de La Habana, email: lissette@rect.uh.cu.

[246] Doctor en Ciencias de la Comunicación, Lic. Comunicación Social, Profesor de la Facultad de Comunicación, Director editorial revista Somos Jóvenes, email: rtzayas@enet.cu. Universidad de La Habana.

Abstract: This paper is the result of a research to qualify for a degree in Social Communication. Which explores the transnationalization of the cultural practices of the Regla Ocha-Ifá in contexts of globalization; some trends and changes experienced in the places of reception such as commodification, virtualization, hybridity, among others, influenced by migratory flows connected by transnational networks of religious and nodal actors and mediated by economic, political and social processes. All this valued from the communication studies with emphasis in the transdisciplinary perspective.

Key words: Transnationalization, cultural practices, Regla Ocha-Ifá.

Tema central o Introducción:

Este trabajo aporta una mirada comunicológica, no abordada antes desde la academia cubana, a tono con los más actualizados estudios de Comunicación y Cultura, a la vez que da cumplimiento a una de las perspectivas de la política cultural cubana en el concierto y la multidiscursividad de las prácticas culturales de hoy, en cuanto a la revitalización de las tradiciones y la preservación de la memoria en tiempos de globalización. Al ser parte de un ejercicio de una investigación de tesis para optar por el grado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación remite resultados parciales y su pertinencia radica en que, al explorar la transnacionalización de las prácticas culturales de la Regla Ocha-Ifá[247] en contextos de globalización analiza comunicacionalmente el fenómeno en dialogo con otras ciencias y acusa ciertas tendencias y cambios que se experimentan en los lugares de acogida y que irradian sobre la convivencia de fenómenos como la

[247] El antecedente africano de la Santería o Regla-Ocha-Ifá es la cultura yoruba-nigeriana conocida en el contexto cubano como lucumí, de incuestionable primacía y antigüedad, por ello su historia cultural debe ser comprendida como una red de interrelaciones entre una pluralidad de centros interdependientes cuyo desarrollo y cambios dependen del complejo universo de relaciones tendidas entre ellos. Por eso para poder entender la complejidad del sistema del pensamiento filosófico de la cultura yoruba en el "llamado nuevo mundo" deberá ser comprendida con la transparencia que dicho complejo sistema de relaciones se establece en el nuevo contexto americano. Es por ello que la coexistencia simultánea de herencias y la impronta de un habitus se presentan ayer y hoy no solo como componentes del equilibrio y de la inmutabilidad del hecho cultural, regidos por estructuras tradicionales que ordenan y fijan la experiencia, sino como facilitadores de los cambios a nivel social y cultural de arquetipos y la propia naturaleza innovadora del Hombre que condicionan cambios cualitativos en el ámbito de la colectividad religiosa.

La interacción del creyente con lo sagrado, con las fuerzas del bien y el mal, con su espiritualidad y con la de los otros, representa el eterno dialogo entre el ayer y el hoy, entre la arcaica teluricidad y la renovación permanente del ser (Menéndez, 2008, p.206)

mercantilización, virtualización e hibridación, entre otros procesos en marcha, mediados por los flujos migratorios conectados por redes transnacionales de actores religiosos y nodales, al tiempo fuertemente mediados por procesos económicos, políticos y sociales.

Premisas de partida:

1) La Regla Ocha-Ifá en su proceso de transnacionalización muestra un intercambio de creencias asociadas a la cultura cubana como eje de irradiación en la diáspora.

Las prácticas culturales de la Regla Ocha-Ifá en el contexto actual de transnacionalización presentan nuevas características en el intercambio de información entre sus actores y redes así como en las dinámicas de reproducción.

Las comunidades de prácticas que se han consolidado, acaso resemantizado como parte de su evolución en tiempo histórico, bajo las nuevas dinámicas de relación y usos tecnológicos propios del siglo XXI. En especial las redes sociales, resultan espacios de intercambio y flujos de información entre los actores que intervienen en la transnacionalización de la Regla Ocha-Ifá. Ello presupone un doble proceso no antagónico de subversión/enriquecimiento, tradición vs virtualización, cuyos desplazamientos comportamentales y rituales, conviene analizar más como mecanismos adaptativos y de perpetuidad ante nuevos escenarios que como distanciamiento/ruptura del canon relacional.

2) Los procesos de transnacionalización en marcha incluyen no solo creyentes o practicantes, sino actores religiosos involucrados en la red transnacional, que admiten ser considerados en la perspectiva bourdieana como agentes de un campo en legitimación e institucionalización, los cuales desarrollan una labor de agentes culturales. En todos los procesos de internacionalización, mundialización, globalización y transnacionalización, subyace una matriz comunicativa, de función estructurante, por lo que compete a los estudios de la comunicación articularse a otras ciencias sociales para desbrozar o interpelar a objetos de esta complejidad desde una visión holística y hermenéutica, fecundando abordajes trans y multidisciplinares.

Objetivos

1. Sistematizar los presupuestos teóricos/conceptuales que avalan los estudios sobre la religión como práctica cultural.

2. Contextualizar el impacto de los flujos de la globalización y el mercado en las prácticas sociales y culturales, en particular en la religión Regla Ocha-Ifá, que se ha cultivado en la Isla.

3. Examinar el comportamiento de la dimensión comunicativa, desde la visión de expertos y la literatura científica.

Caracterización del estudio o discusión teórica propuesta. Anclajes teóricos

Desde una filiación culturológica, el estudio admite estimar como viable la noción de campo de Pierre Bourdieu, a partir de la relación campo religioso/hegemonía, al tiempo la connotación de otros conceptos decisivos como el de agentes (institucionales), habitus y capital simbólico; tanto como pedir en préstamo a Michel De Certeau el término practicante, tratándose no solo de un ejercicio de praxis cultural/social, sino mediada por el mercado y que presupone una "puesta en escena" de una estrategia de resistencia (a nivel individual, grupal, identitario), desde el consumo simbólico.

Suscribirían autores como Derrida y Stuart Hall (2003), la convivencia de conceptos de naturaleza esencialista con otros estratégicos y posicionales como parte de un entramado que desde la teoría se enriquece de modo permanente; afirmaría Mattelart (2003) que globalización es un concepto trampa, en tanto Martín Barbero (2008, p.13), alerta sobre aquellos "conceptos cargados en tal modo de opacidad y ambigüedad que solo su puesta en historia puede permitirnos saber de qué estamos hablando más allá de lo que creemos estar diciendo".

Tal es el caso de las nociones o términos que las diferentes miradas disciplinares han acuñado en torno a las redes internacionales de intercambio, y a movimientos que son reticulares, inherentes a la Modernidad. La globalización o mondialisation como fenómeno transversal a todos los procesos actuales, incluido la transnacionalización de la religión, fue un término en boga a partir de los años 80 de la pasada centuria por económicos como el japonés K. Ohmae y el estadounidense M. E. Porter. A partir de ese momento, los académicos se han referido a él desde diversas miradas: como la culminación de procesos históricos de acumulación del capital: internacionalización, mundialización y transnacionalización "comenzada en los siglos XVI y XVII", (Canclini; Chesneaux y

Wallerstein, en Pradilla, 2009); son espacios geográficos que se proyectan a una escala de "territorialidad planetaria" (Ferrer y Ianni, 1996); creciente dependencia económica mutua entre los países del mundo ocasionada por el creciente volumen y variedad de transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como por la de flujos internacionales de capitales, y por la aceleración de la difusión de la tecnología en más lugares del mundo"(Fondo Monetario Internacional [FMI],1997) incluso con apellidos como "globalización imperialista" (Cárdenas, en Pradilla, 2009) o "globalización cultural". Todas estas posiciones acerca del fenómeno de la globalización tienen en común la mirada hegemónica que desde la economía, la política o la cultura, ejercen los centros de poder sobre los países menos favorecidos, otrora mercados extractivos, y en muchos casos bajo relaciones norte-sur, de matriz colonial.

Sin embargo, la transnacionalización, vista desde la perspectiva migratoria sienta sus bases con el término "América transnacional" acuñado en 1916 por el crítico literario y periodista estadounidense Randolph S. Bourne.

Desde los aportes de los enfoques teóricos del investigador cubano Jorge Duany (2011) se asume como la construcción de densos campos sociales mediante la circulación de personas, ideas, prácticas, dinero, bienes e información entre naciones. Esta circulación incluye, pero no se limita al movimiento físico de cuerpos humanos, así como otros tipos de intercambios que pueden o no ser recurrentes, tales como viajes, comunicaciones y remesas. Para Argyriadis, Capone, De la Torre y Mary (2012) como el proceso de surgimiento de "transnaciones espirituales"; por tanto, se reconocerá a la transnacionalización de la religión como el surgimiento de "transnaciones espirituales" que implican el continuo intercambio de prácticas culturales en densos campos sociales, así como el reordenamiento de estas en contextos sociales específicos, mediados por diversos factores que pueden ser: económicos, políticos, mediáticos, entre otros, escindidos todos por fronteras imaginarias que utilizan redes sociales como vía de interacción e intercambio de información, bienes, objetos religiosos y saberes compartidos; ninguno de ellos limitado a circulación espacio-temporal de cualquier índole, más otra clase de intercambios, frecuentes o no, concebidos y

realizados a manera de desplazamientos, comunicaciones y envíos monetarios.

Conviene entonces definir al comportamiento de la Regla Ocha-Ifá en contextos de transnacionalización a partir del estado de las prácticas culturales que la distinguen y singularizan, que viabilizan su resemantización y perdurabilidad en nuevos escenarios de relación (territoriales, tecnológicos, de interacción comunicativa) de practicantes y cultos. Bien pueden ser de carácter religioso (ritos, mitos, liturgia, ceremonias) o de otros tipos (artístico, literario, lenguaje,) y/o bajo el impacto de intercambios e instancias culturales, migración, turismo, medios de comunicación/IC y creativas, y que generan vínculos sociales y espirituales, otrora inéditos, entre actores pre-inmersos en redes de comunicación e intercambio de bienes materiales y simbólicos. Así, la pertenencia o no al campo sociotransnacional no está únicamente definido por desplazamientos de personas ni la frecuencia del intercambio, al tiempo conviene apreciar no se trata de redes constituidas únicamente con estos fines, sino usadas para estos fines.

Enfoque y/o metodología de abordaje.

Conforme al nivel del estudio, se estimó como estratégico y viable obrar con el análisis de fuentes científicas online y criterios de experticia, no así con casos de estudio concretos, lo cual sin dudas hubiese sido particularmente fértil en objetos cuya deconstrucción es básicamente antropológica y etnográfica, y que, asido de recursos materiales y presupuestarios, desde su correspondencia con un proyecto ramal o institucional, acaso permitiría arribar a dimensiones de análisis mucho más profundas, vinculadas a la trayectoria experiencial de los sujetos, reveladoras entonces de entramados de subjetividad en extremos fecundos tratándose de prácticas simbólicas.

El criterio de selección empleado para la muestra documental, se basó en la búsqueda de artículos académicos realizados sobre el tema en libros, tesis y páginas web, con el aliento de discriminar la valía de estos materiales según el posicionamiento temático alcanzado en la web de la ciencia. Todo lo cual condujo al análisis de 15 artículos realizados por académicos de diversos países sobre el tema en cuestión; en cuyo abordaje como generalidad se busca analizar los factores que intervienen en la

expansión del sistema religioso y sus tendencias actuales.

El estudio de corte exploratorio abre el cauce para nuevas investigaciones más profundas desde las perspectivas comunicativas de este fenómeno social y religioso. Se visibilizan por ejemplo la pertinencia de ejes de análisis vinculados a la mediacion del mercado, la comercialización de bienes simbólicos y la mercantilización del complejo Ocha-Ifá, en condición de complejidad común a otras tantas religiones y liturgias; así como los usos sociales de los medios de comunicación masiva/industrias culturales, no ya los tradicionales, sino aquellas plataformas de interacción que son decisivamente mediadas por las Tics, que presumiblemente subvierten códigos de relación cara-cara, oralidad, performance otrora estimados como signos distintivos y *sine-qua-non* de la Regla.

Principales resultados y reflexiones.

La revisión documental asumida permitió constatar que la mayoría de los autores atribuyen a los movimientos migratorios de las últimas décadas el factor desencadenante, no así el único de este fenómeno al que se ha denominado *transnacionalización de la práctica religiosa.* En el caso que ocupa, Regla Ocha-Ifá, tales flujos diaspóricos que tienen como fuente de emisión a Latinoamérica, la región Caribe, y buena parte del continente africano, aseguran el intercambio y localización de los practicantes en los territorios de acogida; asimismo los intercambios culturales, que en el caso de esta práctica religiosa se dieron desde el siglo pasado irradiando desde Nigeria hacia otras latitudes, ahora se activan bajo nuevas lógicas relacionales. A través de todos los tipos de sistemas de redes, incluyendo las virtuales, favoreciendo en primera instancia, el acercamiento de personas otrora ajenas a las prácticas religiosas, si bien potencialmente proclives a dejarse seducir por aquellos códigos estéticos y sensoriales (relativos a las fiestas, la culinaria/prácticas alimentarias) que acompañan a la práctica religiosa y que se expresan a través de sistemas simbólicos de manifestaciones artísticas como las artes visuales, la música, el lenguaje corporal y oral.

Visto así, se desencadenan redes de sentidos compartidos a partir de la socialización intencionada de experiencias de vida entre practicantes, sujetos sociales,

grupos identitarios, culturas mestizas e híbridas en sí mismas como lo son las caribeñas o las propias culturas afroamericanas, asumiendo como vehículos de transculturación acaso a las expresiones massmediáticas como la música, la danza o las artes visuales f*olklorizadas* desde lo religioso, si bien no las únicas, pues el fenómeno contemporiza o ancla a menudo en un practicante más identificado con la fe, todo lo cual tributa en amalgama inédita de interconexiones. De esta forma, los códigos visuales y sonoros se erigen como atractivos de gancho para el practicante potencial, lo cual a menudo incentiva el interés por conocer esta religión con mayor profundidad.

Los estudios científicos/académicos que han desarrollado centros antropológicos extranjeros y centros de investigaciones sociales en Cuba, están llamados a tributar un encuadre conceptual/teórico cada vez más transdisciplinar del cual han de resultar favorecidos campos como el sociorreligioso a la luz de miradas cada vez más agudas, descolonizadoras, otorgando peso a un estado del arte que se enriquece, y enlazando la práctica científica con el quehacer empírico de Estados y culturas.

Por su parte, los intercambios religiosos desarrollados por la Asociación Cultural Yoruba de Cuba (ACYC) con filiales en el exterior y otros centros de vínculo directo, aportan legitimidad e institucionalidad al movimiento religioso. Aún cuando esta institución no representa a todos los practicantes de la Regla Ocha-Ifá, funciona desde las dinámicas propias de organizaciones de servicios culturales y de asociaciones de membresía selectiva/voluntaria. La existencia de un órgano que organice talleres y conferencias nutre de sabiduría litúrgica a los iguales extranjeros y prestigia la práctica y a Cuba como núcleo de referencia.[248] De igual manera, la dirección de la Asociación reconoce que mucho queda por hacer en pos de ganar en prestigio y posicionamiento al interior de la comunidad de practicantes y por alcanzar mayor visibilidad institucional en la sociedad civil cubana.

Otro proceso coadyuvante y mediador lo constituye el ejercicio de turismo especializado, en su condición de plataforma de vínculo/industria cultural, en este caso el religioso, explotado en muchos países de la región y que tiene como polos fuertes a

[248] Desde luego, advertirá un lector avezado, todo este proceso no solo discurre en referencia con Cuba como nodo o vértice de Regla Ocha-Ifá, sino que en paralelo, continúa Nigeria, siendo centro de referencia para una irradiación litúrgica aún más primigenia, con flujos si bien por estudiar, que no pueden desconocerse.

México, Perú… a partir de la actuación de las agencias turísticas, que comercializan paquetes que incluyen visitas a lugares de interés religioso y cultural. Aun cuando los viajes sean meramente para rituales, se reconoce el interés de todos los extranjeros por conocer Cuba, algunos iniciados y practicantes repiten la visita a la Isla solo con fines turísticos, de tal suerte, corresponde a la asertividad de turoperadores/agencias de viajes/ receptivos turísticos apalancar la relación coste/beneficio entre turismo religioso/ turismo cultural/convencional.

Los comportamientos diaspóricos

Los estudios académicos analizados aluden a una hibridación/sincretización de las prácticas adentradas en nuevos contextos políticos-sociales. Todos ellos tienen una base antropológica/etnográfica, que ha tendido a ponderar el estudio de casos particulares, cual microlocalizaciones, lo cual ha de ser estimado como comportamiento casuístico o singular y no como generalidad; un caso puntual no describe el comportamiento general de la ortopraxis de este sistema religioso.

Según los expertos, al interior de la Isla confluyen en el sistema, diversos modos de hacer y concebir los rituales, `por lo que es de esperarse que esta tendencia se encuentre en el exterior, donde la relocalización[249] religiosa converge con culturas y sistemas diferentes.

En Latinoamérica, por ejemplo, conviven las culturas indígenas, con las católicas y otras tantas, y es que la globalización y los cambios políticos, económicos, culturales de los países del mundo estimulan nuevos universos de anclaje, y ante situaciones de cambio, diásporas, desarraigos, se impone la búsqueda por el alimento del alma. De cierta forma, las religiones se han extendido hacia lugares inesperados; en el panorama sociorreligioso cubano de esta hora, por ejemplo, coexisten diferentes expresiones religiosas que no contaban en el pasado siglo con tantos seguidores e incluso ramificaciones y tipologías de culto.

La Regla Ocha-Ifá en su proceso de relocalización, sufre adaptaciones

[249]"La relocalización (o reterritorialización) de lo global se refiere a que en el contexto de la globalización elementos simbólicos que se encontraban en circulación son finalmente trasplantados en otros lugares y territorios. La relocalización transversaliza las prácticas locales y las conecta en circuitos y redes globales; se resignifican los usos y maneras de experimentar la religiosidad popular y conforman nuevos hibridismos religiosos, producto de la interacción entre las llamadas culturas populares (magia, santería, nativismo, paganismo) y las culturas híbridas o culturas de la sobremodernidad (orientalismos o neoindianismos, seudociencias, etc) Argyriadis.K, et al. (2013, p. 16)

influenciadas primero por las mismas condiciones en que se gestó: diferencias en la flora y fauna, en el idioma, y la idiosincrasia, unido a nuevas formas en que los practicantes se interconectan desde la perspectiva globalizadora de la información.

En la pesquisa documental, se encontraron tendencias o comportamientos que se explican a continuación, haciendo énfasis en los aspectos más importantes en tesitura comunicativa.

Elementos mediadores

Desde la etapa colonial los prejuicios sociales y raciales han sido empleados como procesos de descalificación, y han contribuido al dicotómico conflicto: aceptación, legitimación, reconocimiento/no aceptación, ilegítimo, no reconocimiento, lo que condiciona la no "oficialidad o institucionalidad" de esta práctica religiosa. Todo esto ha traído como consecuencia la aparición de contradicciones en forma de prejuicios y viceversa, que en ocasiones pueden lacerar su esencia, tal y como sucede en espacios geográficos de muchos países, donde las leyes protectoras de animales constituyen un obstáculo importante sobre todo en la controvertida "matanza"/sacrificio de animales que es parte esencial de su liturgia.

El idioma, como elemento mediador, influye pero no determina la transnacionalización ya que los creyentes/practicantes encuentran formas para vencer las barreras idiomáticas y cada vez más iniciados no hispanohablantes acogen esta religión como filosofía de vida.

Las nociones, estereotipos, visiones restrictivas acaso prejuicios o por el contrario, sobrevaloraciones que los sujetos/actores/practicantes en estas sociedades tengan sobre la Regla influyen en la individualización de la práctica, por lo que muchas veces los creyentes eligen llevar en secreto la pertenencia al sistema. Las concepciones eurocéntricas y occidentales suelen ser "muy abiertas" siempre y cuando no "subvierta", atente o cuestione los comportamientos reglados que impone el *stablishment*.

Como no existen generalidades cerradas, cada contexto ofrece y ejemplifica estrategias adaptativas igualmente legítimas. Es por ello que al interior de un país, también pueden producirse cambios de una región o comunidad a otra; amén de la diversidad de formas de hacer signada con/por/desde la heterogeneidad de los

flujos migratorios y donde influye también la concentración/dispersión propias de las grandes urbes. En tal sentido, sucede que en las capitales como Bogotá, México DF, las prácticas son más individualizadas y la noción de "familia de santo"[250] se da con menor fuerza, por el tiempo, la distancia o la dinámica de vida de los creyentes.

Coexistencia de sistemas religiosos

En contextos de transnacionalización, la hibridación cultural asociada a la convivencia del practicante de Ocha con otros, está relacionada en gran medida por el nivel de implantación de otras prácticas religiosas en cada creyente. No es ocioso recordar lo acotado al principio de este trabajo con respecto a la cultura yoruba y a su sistema de pensamiento como "río que nunca muere" y que con su complejo sistema de relaciones que se establecen en nuevos contextos y cuya clave ontológica de su universo sagrado remite a "crecimiento, dinamismo, movimiento, esencia liberadora de fuerzas divinas y humanas" simbolizada en el concepto "aché";se dinamiza el concepto de lo profano y lo divino, lo individual y lo colectivo donde se cualifica, sintetiza y sistematiza todo el constante interaccionar entre los elementos culturales disímiles que conviven en el proceso de transculturación en América y en particular en el quehacer religioso cubano.

La literatura refiere cómo en el caso de pueblos y culturas latinoamericanas con fuerte acento del cristianismo, el chamanismo y otros sistemas ancestrales (caso México, Perú, Colombia, Centroamérica…) los practicantes hacen coexistir tales sistemas cosmovisivos sembrados en sus concepciones religiosas casi a nivel identitario como habitus cultural con la nueva apropiación de la Regla Ocha-Ifá, generándose acaso más que convivencias o coexistencias, relaciones simbióticas y fusiones que terminan por complejizar y otorgar nuevos matices a la práctica.

[250] Los iniciados en Regla Ocha-Ifá tienen la licencia de iniciar a otras personas dentro de la religión. En un principio, esta "reproducción" se hacía a partir de la familia consanguínea, costumbre venida de África, donde los miembros de un mismo grupo adoraban a una misma deidad o se consideraban descendientes de un mismo oricha. Pero el fenómeno se fue transformando en Cuba, y con el tiempo se incluyeron dentro de la "familia religiosa" (sin que se excluyera la consanguinidad) a personas allegadas por relaciones de cercanía, amistad o simpatía. Se amplía así la concepción de una "familia religiosa", donde se mezcla lo consanguíneo con lo social. Las "familias" suelen darle prestigio a la iniciación. Las hay celebérrimas por su descendencia, como "de Tata Gaitán", "de Rosa Zayas", "de Reynerio Pérez", etc. Sin embargo, el proceso continúa a causa de su propio dinamismo, y se suelen seguir entremezclando para actuar en los ritos miembros de "familias" diferentes resultado "familias híbridas". Por eso, al decir de Abelardo Larduet (2014, p.53), por sus nuevas maneras de manifestarse y el elevado nivel simbólico al contexto de lo local puede mejor designarse, en lugar de "la familia", "la santería de la ciudad tal o mas cual".

Tal es el caso de iniciados en el sistema, que no abandonan las tendencias católicas en uso como el culto mariano o la adoración a otros santos, practican métodos adivinatorios como la lectura del tabaco, la cartomancia o el culto espiritista de María Lionza, como el caso de Venezuela o la adoración a la Santa Muerte, en México.

Modificaciones y adaptaciones

En su expansión, la religión se introduce en lugares con diferencias climatológicas, de fauna y flora, con una diversidad de hábitos e idiosincrasias, que trae como resultado que en ocasiones, se reproduzca el patrón de la primera diáspora proveniente de África y/o se busquen soluciones alternativas: como una adaptabilidad para la supervivencia de las prácticas. De la mano de los nuevos flujos del mercado, emergen soluciones o alternativas que utilizan canales ya establecidos, ahora para nuevos usos sociales.

En estas condiciones, se verifica la sustitución de la flora originaria de Cuba por otras con propiedades similares. En el espacio europeo, muchas veces las especies vegetales necesarias se compran en mercados no asociados a la religión y como generalidad se pueden hallar en sitios de venta de plantas ornamentales e incluso en la sesión de comida en los supermercados.

En este contexto, siempre habrá quién prefiera mandar a comprar las especies vegetales a otros países, y obviamente se encuentren secas, con lo cual para no pocos practicantes se trata de la opción menos adecuada, ya que rompe con la vitalidad y energía requeridas, bajo la noción de naturaleza y energía vital de la Regla Ocha – Ifá.

Con la fauna sucede lo mismo, muchos de los animales que deben emplearse en los sacrificios tienen que ser sustituidos, por ejemplo el caso de la jutía, animal de la familia de los roedores, no se encuentra en otros lugares, por lo que lo sustituyen por otro roedor semejante que se encuentre en estas zonas.

Los extranjeros muchas veces se inician con tiempo limitado, las ceremonias por lo tanto, pueden acortarse para adaptarse a las necesidades del iniciado: algunos no pueden quedarse en el "trono" durante los 7 días reglamentarios, por cuestiones laborales también se les permite usar ropa de color,[251] "el rapado" condición del asentamiento del

[251] Tras la iniciación, el "recién nacido" (Iyabó) generalmente deberá vestirse de blanco durante un año; esto porque el blanco se considera el color de la pureza y se necesitará que el cuerpo se conserve depurado, limpio de malas influencias y alejado de cualquier contrariedad mundana en ese período.

oricha, se sustituye por "la corona"[252] en el caso de las mujeres, este último hecho solo se hacía en condiciones donde la iniciada fuera a consagrarse la oricha Ochún, por motivos simbólicos se preguntaba al oráculo si debía o no raparse; o que antes de la consagración algún signo revelado por los oráculos, prohibiera el corte total del cabello.

Mercantilización

La mercantilización de las prácticas y el intercambio de bienes simbólicos, tanto tangibles como intangibles constituye uno de los aspectos más debatidos a nivel de agenda entre académicos y religiosos en la actualidad. Esta tendencia que comenzó en Cuba durante los años 90 del pasado siglo y conocido como el "Periodo Especial" se ha extendido, ya no como forma de subsistencia sino como forma de lucro y rentabilización, con lo cual parecen subvertirse ciertas lógicas operacionales y éticas primigenias.

Si se tiene en cuenta la base misma de este sistema, se advierte una lógica funcional que privilegió antiquísimamente el intercambio o trueque: los orichas necesitan sacrificios y ofrendas para escuchar al interesado e interceder por él. Ahora, con la transnacionalización de la Regla Ocha–Ifá se reproduce como plataforma a otras tendencias.

Los mercados y mercaderes como actores secundarios de la transnacionalización:

Los mercados como lugar de intercambio, de por sí, encierran un sentido simbólico en el sistema religioso, y las culturas afro como descendiente del mismo. De remontarse el lector a la historia cultural occidental, encontrará como ejemplo de estos espacios públicos, al ágora romana; allí se centralizaba la vida de la ciudad; no solo en la compra de artículos comerciales, sino también como encuentro y formación de relaciones sociales e intercambio de conocimientos.

En el caso de la Regla Ocha-Ifá, este modelo se reproduce a partir del desarrollo comercial de la Isla en tiempo colonial, ya que el mercado era el sitio donde se adquirían productos foráneos y nacionales,

[252] Durante la consagración en Ocha, es tradición raparle la cabeza al recién iniciado para trazarle las marcas de los cuatro santos de fundamento: Obbatalá, Changó, Yemayá y Ochún. Después se "asienta" el santo de "cabecera". Cuando a principios del siglo XX algunas personas blancas decidían "consagrarse" pero necesitaban ocultarlo debido a los prejuicios existentes, entonces solo se les hacía una tonsura, porque de todas formas se precisaba que "recibieran" la energía de los ya mencionados orichas principales, y tenía que ser en la piel. Esas licencias se han extendido a determinadas mujeres y personas vinculadas con el mundo del espectáculo, figuras públicas y muchos extranjeros (Benita/Nelly Espósito, especialista del Departamento de Religión del Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas. *Comunicación personal, febrero, 20 de 2020*).

pero también donde ocurría la compra-venta de esclavos. No es fortuito entonces que el recién iniciado, tanto en África como en Cuba, tiene que ser mostrado en un lugar público para su reconocimiento, como rito de tránsito hacia una nueva dimensión, acción obligada como parte del proceso ritual del practicante iniciado en Ocha que contribuye a la perpetuación de su legitimación a nivel público.

El mercado o plaza,[253] en la articulación religiosa de hoy día, sigue teniendo ese carácter utilitario para los religiosos, a la vez que funge como la presentación del iniciado al mundo y al salir del trono luego de siete días, es conducido por sus padrinos o madrinas[254] a este sitio como un ritual y representación simbólica de interacción.

En el caso cubano, existen sitios especializados en la venta de objetos religiosos, no necesariamente sostenidos por practicantes, como tampoco ajenos a prácticas de mercadeo que se aseguran más sobre oportunidades económicas que sobre la fe religiosa, puramente.

En los puestos esotéricos, herboristerías o botánicas, como por lo general los nombran otros territorios, se comportan de igual forma en la mayoría de los países/mercados: son lugares donde se encuentran objetos religiosos de diversa índole: soperas de porcelanas, indumentaria, piedras, herramientas y collares, entre otros. Aunque algunos solo vendan objetos de esta religión, en la mayoría se encuentran estampillas de santos católicos, inciensos, rosarios e incluso estatuas de buda u otros objetos de culto, asociados a otros sistemas religiosos, insertados en la "industria esotérica" a escala mundial (Guillot y Juárez, 2012).

Estos puestos, se encuentran por lo general en grandes mercados como los casos de Latinoamérica; los encargados de las ventas pueden ser practicantes o no, muchos dan consejos a los clientes de las utilidades de sus mercancías y en otros

[253] Es ampliamente conocido el Mercado de Cuatro Caminos, en La Habana, como sitio de encuentro de practicantes que llevan al recién iniciado en recorrido por sus alrededores. Parece que la tradición viene del siglo XIX, donde la convergencia de barrios importantes de extramuros (Los Sitios y Pueblo Nuevo, El Manglar y Atarés) estimulaba reuniones de intercambio que no se daban en otros lugares. El fenómeno persiste en nuestros días, aún tras la remodelación del Mercado y su puesta en funcionamiento a finales de 2019. Durante las excavaciones constructivas para reactivar el local fue desenterrada una curiosa representación en piedra de Elegguá que medía alrededor de 70cm de altura.

[254] Padrinos o madrinas desde la concepción occidental extendida en Cuba por la religión católica para determinar el lazo ritual que se establece entre iniciante e iniciado y que en lengua ritual Yoruba corresponde a los términos babaloricha e iyaloricha, respectivamente.

casos, se limitan a vender sin conocer los productos.

No obstante, estos actores constituyen parte importante de la redes transnacionales, como mediadores entre "consumidores culturales" (García Canclini, en Guillot y Juárez, 2012, p. 65) y las mercancías, innovándolas desde sus propias lógicas mercantiles. El fenómeno es viejo, porque la tradición no es inmutable. Solo que en los últimos tiempos el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación favorecen el cambio con sorprendente rapidez y a mayor escala demográfica. De alguna manera, la producción estética occidental impactó el pensamiento africano en la Isla, dando lugar a un producto híbrido, diferente y en constante adecuación.

> La manifestación de propósitos estéticos es indiscutible. En la selección de los adornos, de los paños para construir los espacios, de los recipientes que contienen los objetos sagrados, entre otros tantos representativos, se favorecen los plásticamente más relevantes. El hecho artístico se constituye, en el ámbito de la práctica religiosa afroamericana, en síntesis de la cultura individual y colectiva. La ejecución del ceremonial es la cumbre y la conclusión de la cultura, pues en el rito convergen potenciadas manifestaciones estéticas: arte total en el sentido contemporáneo (Menéndez, 2016, p. 94).

Las soperas, receptáculo donde viven los orichas, que eran de barro, se modifican en la actualidad como objetos con una carga estilística y visual impresionante, todo ello, fundamentada por el trasfondo religioso actual que se maneja en general: entre más bonito viva el santo y más abalorios tenga, más retribuirá al creyente con prosperidad, salud y bienestar. Estas redefiniciones constituyen un aspecto importante en la relocalización de las prácticas, e incluso reconfiguran las lógicas dentro del país, las redes transnacionales también funcionan a la inversa, y determinan al interior del punto de partida, cambios y nuevas concepciones como se verá más adelante.

La expansión y comercialización de los objetos, saberes y símbolos no significa la iniciación de los individuos, aquellos consumidores culturales o buscadores espirituales son el público meta, y los mercaderes y sus puestos, vehículo para la adquisición de los útiles necesarios para las prácticas. Dependiendo de los fines para que se utilicen los objetos se especifica el aspecto simbólico, mercantil o artístico-estilístico como representación de patrimonio cultural:

> Los elementos asociados a la santería..., circulan en esos espacios bajo diferentes representaciones: práctica religiosa, espiritualidad alternativa, filosofía, sistema terapéutico complementario, mercancía, patrimonio cultural, expresión artística, charlatanería, secta satánica, brujería o religión universal (Ibídem.).

Los productos que se encuentran, pocas veces tienen un lugar certero de procedencia, debido al flujo de las mercancías en un contexto de globalización de los mercados. No es casual que en los EEUU, por ejemplo, se encuentren objetos hechos en México, Cuba o Venezuela; por citar algunos ejemplos. O que en Europa, los practicantes los encarguen por internet o se desplacen en sus viajes hacia estos lugares a comprarlos. La impronta de autenticidad se maneja también dentro de las lógicas competitivas de mercado: los productos fabricados en los países donde estas prácticas religiosas se han expandido vertiginosamente gozan de "legitimidad".

Por otra parte, preocupa y ocupa a los académicos "la mercantilización religiosa" ocasionada por la forma o visibilidad en que se está comercializando con y desde las redes virtuales la Regla Ocha-Ifá; hecho sustentado y/o avalado en determinada "práctica institucionalizada" como lo es "el derecho", o pago por la labor ritual.

Los estudios realizados en Cuba desde la carrera de Sociología advierten[255] en los últimos años un crecimiento de la ocupación religiosa como única forma de subsistencia. Este hecho no es novedoso, ya que antes de la apertura religiosa de los años 90 del pasado siglo, se encontraban personas que tenían como forma de sustento la iniciación en el culto o las consultas como "formas terapéuticas". Lo que sí es de interés es el aumento a gran escala, dentro y fuera del país, de actores que utilizan el sistema y los servicios religiosos que brindan para su manutención individual y familiar.

En la Isla, los padrinos y madrinas que tengan iniciaciones múltiples a extranjeros cuentan con un prestigio material y simbólico entre sus iguales. De igual manera, la religión de origen africano transculturada se está convirtiendo en un modo de vida recompensado con dinero, artículos de necesidad o intercambio simbólico, y en muchas ocasiones representa la oportunidad de viajar a otros países para realizar

[255] Comunicación personal, 18 de febrero, 2019. Entrevista al académico René Cárdenas, profesor Facultad de Filosofía, Sociología e Historia. Universidad de La Habana.

prácticas rituales o simplemente como viaje turístico que los ahijados proveen como forma de "pago" o agradecimiento, ya que como se conoce por los practicantes y estudiosos "el lazo emotivo afectivo" o contacto que se establece entre ahijado/a y padrino/madrina en la Regla Ocha-Ifá es muy fuerte debido al intercambio de saberes y liturgia que se establece entre ambos, esencia misma de esta religión y en donde la comunicación y en particular la comunicación oral es parte visceral.

Las investigaciones señalan la particularidad que tiene el pertenecer a las redes transnacionales sin siquiera salir del país: un(a) iniciante cubano(a) es el nodo transnacional entre los iniciados y las prácticas religiosas en la isla, pero a su vez, es sujeto beneficiario en el intercambio de bienes materiales y simbólicos.

En la exploración para esta investigación se evidenciaron disímiles criterios y valoraciones en cuanto a la mercantilización y su impacto en lo social, económico y/o ético de esta práctica religiosa. No obstante hay que tener en cuenta que los cambios económicos convulsionan sin lugar a dudas toda la superestructura social y por ende traen tantas consecuencias disímiles como parte de los grandes contrastes a las prácticas culturales religiosas. De ahí que hayan aparecido desde posturas apocalípticas hasta integradas, donde se puedan encontrar "estafadores, simuladores, fanáticos, críticos dogmáticos, analistas omniscientes, autores de textos especializados con todo un *boom* de la literatura religiosa en soporte papel y/o digital, "seudobabalawos", "santeras", etc.; al mismo tiempo que se institucionalizan entidades y organizaciones, y muchos sujetos se suman como actores /practicantes desde la vocación de fe convencidos del legado ancestral africano resemantizado pero que conserva para el caso de la Regla Ocha- Ifá sus cuatro rituales fundamentales: la adivinación, el sacrificio, el trance y la iniciación.

Dimensión comunicativa

Desde esta dimensión, la Regla Ocha-Ifá constituye un claro ejemplo de todos los componentes de la comunicación, tal y como se señalara con anterioridad. En el interior de la misma, todo se puede considerar símbolo de acuerdo a las nociones de Bourdieu. Los ritos y rituales, el sistema de adivinación, la expresión corporal, la danza, el empleo de la numerología, el universo sonoro con los cantos, los rezos, los instrumentos (tambores batá que se emplean en las

ceremonias rituales), los receptáculos, el vestuario e indumentaria, atributos entre otros, son formas simbólicas en el universo de los orichas, y todos ellos comunican su filosofía y concepciones litúrgicas o conductuales. Aun cuando todos estos componentes constituyen hechos investigativos más extensos, nos referiremos a los comportamientos hallados en el análisis documental.

En la historia de la Regla Ocha-Ifá aparece el componente oral como parte indisoluble en la transmisión de saberes de generación en generación para la supervivencia del sistema. Era el medio por el que padrinos/madrinas conducían la vida religiosa del iniciado o creyente y los secretos litúrgicos.

La filosofía y prácticas fueron legadas a través de los cantos, los que, al igual que los oráculos de adivinación, son formas de comunicación con los orichas. Es sabido que en esta transmisión, el sentido y traducción de los cantos, se produjeron ciertas pérdidas irreparables, así como modificaciones o deformaciones inevitables.

Los cubanos cuando llegan a otros territorios también llevan consigo esas deformaciones, por lo que los estudios de centros especializados y la Asociación Cultural Yoruba de Cuba, debería centrar las fuerzas: "en los cantos esta la verdadera forma de hacer las cosas".[256]

En el exterior encontramos, que la oralidad sigue siendo poderosa, muchos iniciados con 20 o más años de consagración siguen adoptando los viejos métodos por la resistencia o imposibilidad de manejar las nuevas tecnologías de la comunicación.

En las casas de culto, los iniciantes por lo general explican a los nuevos creyentes nociones de religión, las diferencias con otras y el significado de la vida según la filosofía de la regla. Además, ocurre la formación de lazos sociales que se entablan desde la noción de "familia de santo".

Las consultas o el momento del ITA[257], es básicamente, una conversación en la que los orichas hablan con el iniciado para hacerle

[256] Comunicación personal, 3 de abril, 2019. Entrevista a Víctor Betancourt, Babalawo que cuenta con más de 30 años de experiencia en las prácticas y difusión de la Regla Ocha-Ifá, gestor del proyecto religioso Ifá Ìranlówo, uno de los coordinadores de "La letra del Año" y autor de múltiples publicaciones.

[257] Ceremonia que se le realiza al iniciado en la Regla de Ocha al tercer día de la consagración, se le dice su pasado, presente y futuro. Los orichas hablarán a través de los caracoles del Diloggun, y según los odduns que salgan se le dirá la norma de conducta así como los determinados tabúes que deberá cumplir a partir de ese momento.

saber las conductas a seguir en su nueva vida como consagrado.

Papel de los medios masivos de comunicación

Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información han cambiado al mundo en materia informacional, la transmisión a escala masiva de conocimientos transformó las ideas y percepciones desde el surgimiento de la imprenta hasta el internet. A estas fuentes, se le ha denominado *"el cuarto poder",* debido a la influencia, adoctrinamiento, reproducción de criterios que ejercen los medios sobre el espectador, denotando la vigencia aún de una teoría tan lejana en el tiempo como *la teoría hipodérmica*

En temas religiosos, las transformaciones tecnológicas han ayudado a la difusión de prácticas no clásicas por el mundo, por lo que se aprecia una readecuación de la religiosidad, que explora nuevos universos simbólicos y sagrados.

En el caso de la Regla Ocha-Ifá, los medios convencionales han servido como fuente esclarecedora o difusora de prejuicios. En la transnacionalización actual de esta religión, percatamos las dos tendencias anteriores, dependiendo de la fuente. En América Latina, por ejemplo, el boom de las religiones afrodescendientes y la expansión vertiginosa de las mismas, los medios abren cabida a cientos de reportajes, documentales, artículos en periódicos para la visibilidad y desprejuiciamento de las nociones de brujería, magia negra, hechicería. *El Nuevo Herald*, por ejemplo, difunde con sistematicidad desde hace algunos años la Letra del año, en tanto, *El Universal*, órgano difusor mexicano, con lectura extraterritorial en sitios de Colombia y Venezuela, se hace eco de la prensa sensacionalista al publicar desde una percepción discriminatoria y prejuiciosa las prácticas religiosas de líderes políticos o las ilegalidades de algunos religiosos(as), generalizando y estereotipando a los practicantes.

En las IC como la televisión, en no pocas ocasiones y desde programas no informativos, y sí de ficción o novelas, reality shows, que se consumen en la región, se ha abordado este sistema religioso con superficialidad hacia las problemáticas humanas, indicativo de desconocimiento de la filosofía religiosa o cuanto menos de la

espectacularización banal de algunos de sus atributos.[258]

Aun cuando la visibilidad de los temas religiosos en los medios de comunicación, afirma, intencional o ingenuamente, la multiplicación de referentes en territorios extranjeros, la tendencia es a que estos trabajen a favor de la perpetuación de la religión hegemónica y tiendan a demonizar a los cultos y prácticas que tildan de bárbaros o primitivos, favoreciendo con ello el refuerzo a largo plazo de visiones estereotipadas, discriminatorias en la audiencia o cuanto menos que tienden a la folclorización.

Por su parte, las nuevas tecnologías de la información, como el caso del internet o las redes sociales, muestran infinidades de páginas web, enlaces, usuarios, videos, imágenes etc., que difunden las prácticas, valores y preceptos por un lado, y por el otro sirven como plataforma de mercado que ofrece servicios y objetos religiosos.

El análisis holístico no puede pasar por alto el impacto de sitios que como Iworos.com, Santeria.fr, Peru Yoruba, Bolivarifa, entre otros, hacen posible la estandarización a mayor escala de prácticas y referentes religiosos; se presentan conferencias instructivas, pretenden "desmitificar las malas prácticas", difunden cual directorio contemporáneo, un gran número de religiosos dispuestos a ofertar sus servicios comerciales o remiten a casas templos específicas.

Se trata de sitios/ espacios de producción simbólica, gestionados por agentes denominados "cybersanteros", los cuales van ganando protagonismo virtual y

[258] En 2016, un cineasta cubano proponía la filmación de una serie televisiva llamada "Santería", que sería transmitida por el canal de televisión estadounidense Starz, este hecho tuvo amplia oposición entre los creyentes y la ACYC, emitió una Declaración Protesta, que afirmaba que la serie mancillaba Nuestra Cubanía, Nuestra Cultura, Nuestra Religión Yoruba, Nuestra Religiosidad, todas la voces de los creyentes cambiaron el rumbo de esta producción.

Este año, Netflix propone un serie colombiana denominada "Siempre bruja", esta sin tener un trasfondo político en el ámbito cubano, también degrada a la religión, en tanto, la misma refuerza el prejuicio de hechicería, magia negra o brujería, incluso el papel protagónico hace los hechizos con un rezo inexistente en la religión Yoruba donde pronuncia palabras como Eshu o Moyugba sin el sentido ritual y simbólico con el que se utiliza. Ejemplo importante al ser esta una "Industria Cultural de difusión planetaria, articulada sobre la ansiedad consumista de productos audiovisuales, y promotora de rituales simbólicos como "la reproducción de vestimentas, compañía humana, bebida o comida". Mansilla, A.,Rey, J.P., Cuenca, P.(2018). Netflix bajo la lupa de las teorías de la comunicación. Recuperado en : https://fido.palermo.edu/blog/trabajos

posicionamiento incluso económico, "se valen de la información disponible en las páginas web de esos sitios, la creación de foros de discusión permiten entrar en contacto con un gran número de personas – iniciados y simpatizantes de la religión de los orichas" (Capone en Argyriadis, 2012, p.48).

Proliferan entre tanto, páginas web sencillas en lo que concierne a la arquitectura de la información, que utilizan métodos desprovistos de organización visual en la navegación, controladas por administradores que muchas veces desconocen las pautas creativas o la usabilidad para garantizar la transmisión correcta de información. Cabe mencionar que ante estas tendencias tecnológicas e informacionales, la ACYC, sociedad que responde a lógicas institucionales, no cuenta, desafortunadamente, con una página web que facilite procesos de intercambios comunicativos entre los creyentes, que haga frente a actitudes religiosas deslegitimadoras, desde las cuales el usuario, creyente o potencial creyente, otorgue crédito a la visión informativa que remiten actores informales.

Las redes sociales, plataformas que enlazan naciones de forma instantáneas, también son sitios de intercambio religiosos. Las más empleadas son Facebook y Youtube, aunque en Instagram o Pinterest también se encuentran muchos perfiles religiosos.

Estos medios/plataformas sirven como difusión de diversas prácticas religiosas, entre ellas, la que nos ocupa y según el uso que se les dé pueden o no legitimar la religión en los contextos transnacionales. Los foros de debate actúan como espacio donde confluyen diversas tendencias, modus de hacer o concebir los procesos religiosos o corrientes como el tradicionalismo o el criollo[259] . Diversas culturas y concepciones entran en juego y el valor simbólico-práctico del tratamiento en estos sitios amerita futuras investigaciones que analicen la relación entre el entramado tecnológico y los nuevos usos religiosos vinculados a la Regla.

Las opiniones con respecto al tema se definen principalmente: en fatalistas

[259] Desde la década de los 80 del pasado siglo XX se tiene noticia en La Habana de la ejecución del actual Ifá de Nigeria, llamado "tradicional", que ha tomado una fuerza considerable. La inserción de este Ifá dentro del sistema de la religiosidad cubana ha generado situaciones controversiales; pues, venido fundamentalmente de cubanos emigrados a la Florida antes de 1975, quienes no podían iniciar babalaos sino viajando a La Habana, por carecer de Olofin (algo así como una deidad procreadora). Después que Miguel Batea visitara Nigeria y recibiera Olofin, los sacerdotes residentes en los Estados Unidos ganaron en independencia. Por su parte, el Ifá "criollo" se había establecido mucho antes en Cuba, con la trata negrera, y fue readaptado, preservado por descendientes de esclavos, que les han incorporado a la práctica ciertos enriquecimientos, según los ortodoxos, son deformaciones.

respecto al peligro de la desacralización del secreto litúrgico en las redes o la difusión de malas prácticas, o las positivistas, que avizoran mediante estos espacios una legitimación a escala planetaria del sistema religioso y la centralización de modos de hacer idóneos.

Conclusiones

La transnacionalización de las prácticas culturales de la Regla Ocha-Ifá se desenvuelve en el panorama actual desde lógicas mercantilistas y globalizantes, influenciadas por procesos económicos, políticos y sociales que resultan en movimientos sociales migratorios.

Este fenómeno funciona a la inversa de los procesos globales: de la periferia al centro, con la religión como fuente espiritual y material como medio alternativo de escape a la convulsión contemporánea.

Las redes transnacionales crean relocalizaciones, formación de culturas híbridas y adaptaciones de objetos, prácticas y herramientas simbólicas que mutan en los lugares de acogida.

Los actores transnacionales son anclaje entre el punto de partida y el de asentamiento; crea y asocia nuevas redes sociales o de parentesco. El grado de vinculación a la red está determinado por la influencia que ejerza en la misma, determinada por la retroalimentación y bondades del intercambio de bienes materiales y simbólicos.

La comunicación oral como fuente de trasmisión coexiste con nuevas formas y competencias informacionales. El uso de los medios masivos y de las TICs legitiman o desacreditan el valor social de la religión dependiendo su uso.

El estudio del tema debe ser visto con mirada interdisciplinar, asegurando los aportes científicos para el enriquecimiento de perspectivas.

Referencias

Argyriadis.K et al. (2012). *En sentido contrario. Transnacionalización de religiones africanas y latinoamericanas*. México, D.F.: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.

Calves, J. I. (s.f.) *Globalización, Mundialización. Aspectos económicos, políticos, culturales y religiosos.* París: Centre Sèvres.

Ferrer, A. (1996). *Historia de la globalización*. Buenos Aires: FCE.

_____. (1999). *La globalización imaginada*. Paidós, Estado y Sociedad 76

García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, D.F.: Grijalbo.

Guanche, J. (2005). Identificación de los componentes étnicos africanos en Cuba: contribución a su estudio en los siglos XX y XXI. *Revista del CESLA,* 7, pp. 237-251. Recuperado dehttp://www.redalyc.org/articulo.oa?id=243320976013

Guillot, M. y Juárez. N. B. (2012). Dinámicas religiosas y lógica mercantil de las religiones afroamericanas en México y Portugal. En K. Argyriadis (Ed.), *En sentido contrario. Transnacionalización de religiones africanas y latinoamericanas* (pp. 63-84), México, D.F.: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.

Pradilla Cobos, E. (2009). La mundialización, la globalización imperialista y las ciudades latinoamericanas (Mondialization, Imperialist Globalization and Latinamerican cities). *Bitácora 15*(2), pp. 13-36. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/41734053

Ramírez Calzadilla, J., y Agüelles Mederos, A. (1993). *PRESENCIA AFRICANA EN LAS EXPRESIONES RELIGIOSAS QUE SE PRACTICAN EN CUBA. La Religión. Estudio de Investigadores cubanos sobre la temática religiosa*. La Habana: Editora Política. Recuperado de https://biblioteca.clacso.edu.ar

Rossbach de Olmos, L. (2007). De Cuba al Caribe y al mundo: La santería afrocubana como religión entre patrimonio nacional(ista) y transnacionalización. *Memorias. Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe,* (7)0.Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85540710

BIBLIOGRAFÍA CIENTÍFICA ANALIZADA

Argyriadis, K. (2005). Religión de indígenas, religión de científicos: construcción de la cubanidad y santería. *Desacatos. Revista de Ciencias Sociales,* 17, 85-106. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13901706

_____. (2005). El desarrollo del turismo religioso en La Habana y la acusación de mercantilismo. *Desacatos. Revista de Ciencias Sociales,* (18), 29-52. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13901803

_____. (2012). Cambios estructurales en el parentesco ritual santero (La Habana/Veracruz). En K. Argyriadis (Ed.),

En sentido contrario. Transnacionalización de religiones africanas y latinoamericanas (pp.119-130), México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.

_____ y Juárez, N.B. (2013). Acerca de algunas estrategias de legitimación de los practicantes de la santería en el contexto mexicano. En *Raíces en movimiento. Prácticas religiosas tradicionales en contextos translocales* (pp. 177-194), doi: 9782821827868

Capone, S. (2013). De la Santería Cubana al orisha-voodoo norteamericano, El papel de la ancestralidad en la creación de una religión "neoafricana". En K. Argyriadis (Ed.), *Raíces en movimiento. Prácticas religiosas tradicionales en contextos translocales* (pp. 81-97), doi: 9782821827868

Castro Ramírez, L. (2016). Entre usuarios y creyentes: itinerarios bogotanos dentro de las religiones afrocubanas. *Mitológicas, XXXI,* pp. 21-39. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14649178002

Fraga Santiago, E. B. (2013). *Turismo religioso y Santería: Diferenciando motivaciones turísticas y religiosas en los desplazamientos de Santeros de Cerrito Colorado, Querétaro, México, hacia La Habana, Cuba* (Tesis de Pregrado). Universidad Autónoma del Estado de México. Texcoco, México.

Gobin, E. (2013). La iniciación de extranjeros en la santería y en el culto de ifá cubanos, Transnacionalización religiosa, conflictos y luchas de poder en La Habana. En K. Argyriadis (Ed.), *Raíces en movimiento. Prácticas religiosas tradicionales en contextos translocales* (pp. 160-175), doi: 9782821827868

Guillot, M. y Juárez. N. B. (2012). Dinámicas religiosas y lógica mercantil de las religiones afroamericanas en México y Portugal. En K. Argyriadis (Ed.), *En sentido contrario. Transnacionalización de religiones africanas y latinoamericanas* (pp. 63-84), México, D. F.: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.

Larduet, A. (2014). *Hacia una historia de la Santería santiaguera y otras consideraciones*. Editorial del Caribe, Santiago de Cuba.

Lisocka-Jaegermann, B. (2014). Los caminos de la santería. ¿Hacia las prácticas religiosas híbridas? *Revista del CESLA,* 17, pp. 43-62. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=243333483003

Menéndez, L. (2016). *Para amanecer mañana, hay que dormir esta noche. Universos religiosos cubanos de antecedente africano: procesos, situaciones problémicas, expresiones artísticas*. Ed. UH, La Habana.

Pinto Morales, O. F. (2005). *Cuando los dioses hablan "entre en orun y el aye (entre el cielo y la tierra)". La consulta oracular del caracol en la santería cubana o regla de osha; sus contenidos simbólico-rituales y su importancia en los procesos de adaptación y fortalecimiento identitario de los cubanos inmigrantes en Santiago de chile. Santería cubana en Chile* (Tesis de Pregrado). Universidad Austral de Chile, Facultad de Filosofía y Humanidades. Valdivia, Chile.

Rossbach de Olmos, L. (2014). Cruces y entrecruzamientos en los caminos de los orichas: tradiciones en conflicto. *Indiana,* 31, pp. 9-107. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=247033484001

Saldívar Arellano, J. M. (2012). El desarrollo del turismo religioso Translocal: el caso de la santería afrocubana en Lima, Perú. *Reflexiones, 91* (1), pp. 139-155. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923937011

_____ (2015). Viviendo la religión desde la migración, transnacionalización de la santería cubana en Lima, Perú; La Paz, Bolivia y Santiago, Chile (1980-2013). *Reflexiones*, 94(2), pp. 133-144. Recuperado de http://www.scielo.sa.cr/pdf/reflexiones/v94n2/1659-2859-reflexiones-94-02-00133

_____ (2016). ¡Oh Mío Yemayá! Difusión, masificación y transnacionalización de la santería cubana en Bolivia. *Revista Brasileira do Caribe, 17* (33), pp. 135-159. Recuperado dehttp://www.redalyc.org/articulo.oa?id=159149454008

Diálogos del “yo” imaginario con el “otro”: Los imaginarios dentro de la Comunicación Social

Diálogos do "eu" imaginário com o "outro": Imaginários na comunicação social

Dialogues of the imaginary "I" with the "other": Imaginaries within social communication

Camila Julieta Jiménez Sánchez [260]

Resumen: El presente trabajo intenta fundamentar los esquemas teóricos de los imaginarios alrededor de la Comunicación Social a través de un diálogo de autores con el fin de comprender la acción comunicativa suscitada en la cotidianidad de los sujetos. Para lo cual se hizo una revisión exhaustiva de diferentes autores y disciplinas que conceptualizan los imaginarios y luego hacer un análisis de los mismos a través de la disciplina. La comunicación y los imaginarios son elementos y procesos inherentes dentro del ser humano. Uno sin el otro no sucede y estos son visibilizados en dos momentos dentro de la Comunicación que dan paso a la formulación y a la re formulación de los imaginarios del ser humano.

Palabras Clave: Comunicación, Imaginarios, dialogo

Abstract: The present work tries to base the theoretical schemes of the imaginaries around Social Communication through a dialogue of authors in order to understand the communicative action raised in the daily life of the subjects.

Key words: Communication, Imaginaries, Dialogue

Introducción

El imaginario o los imaginarios, procesos que como explica Muñoz (2012) son intersubjetivos en el ser humano y permiten, según Silva (2006) que los mismos construyan la realidad del sujeto. Una tras otra las ciencias sociales estudian los

[260] Camila Julieta Jiménez Sánchez. Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Bolivia, camijimsan97@gmail.com

imaginarios, los conceptualizan y los especifican con un sustantivo detrás que caracteriza el tipo de imaginario, social, urbano, colectivo, entre otros. Sin embargo, los mismos no han llegado a ser comprendidos en su totalidad, y desde la Comunicación Social no se ha hecho una teorización del mismo, siendo que tanto la Comunicación y los imaginarios son elementos inherentes de los sujetos que conforman la sociedad. Una profundización teórica del concepto puede llevar comprender las realidades complejas con las cuales nuestro contexto va evolucionando.

El paradigma moderno ha entrado en crisis y no se ha logrado concretar un paradigma que pueda superar estas nociones. ¿Por qué me remito hablar de la modernidad? Tal vez porque es a través de esta que se ha despojado al ser humano de su condición sentipensante y se la ha relegado solamente a su condición lógica y de razón. Es aquí donde nace la Comunicación con un modelo pragmático, que poco a poco ha ido evolucionando hasta darse cuenta que ese modelo no abarca la realidad, y especialmente no la realidad de América Latina (Martín-Barbero, 1984). Habermas teoriza la acción comunicativa dejando de lado el EMR y entendiendo que el ser humano es mucho más complejo que dichos tres elementos base. De esta manera, Morín conceptualiza el paradigma complejo, es con Morín que se empieza a teorizar los conceptos base del imaginario. Este imaginario que modela las realidades de la gente a través de proceso de significación que toman acción en el proceso comunicacional.

Este artículo pretende fundamentar teóricamente los imaginarios desde la Comunicación Social a través de, no sólo una revisión bibliográfica sino desde un análisis exhaustivo y diálogo de autores del concepto de imaginarios y Comunicación para posteriormente entenderlo y relacionarlo. Se escoge hacer una fundamentación porque la complejidad del tema necesita una profundización de cada concepto que se va a abarcar, no se prende dar una teoría que abarque toda la urdimbre de conceptos y significaciones que traen los imaginarios sino sólo ideas base para la comprensión de los imaginarios dentro de la Comunicación.

Comunicación

> No accedemos al significado ni a la comprensión si no tenemos acción comunicativa, es decir, si no nos comprometemos en un discurso o diálogo generador de significado dentro del sistema para el que la comunicación tiene relevancia (Anderson & Goolishian, 1996, p. 3)

La acción comunicativa a la que se refieren Anderson y Goolishan están tipificados dentro de un diálogo. Este diálogo no se lo entiende bajo EMISOR-MENSAJE-RECEPTOR. La acción comunicativa y la interacción conllevan mucho más que la estructura básica que se pensaba del mismo. "El diálogo, de acuerdo con Bakhtin (1984) es una forma de comunicación en la que los participantes se comprometen uno "con" otro en voz alta, y "consigo" mismos silenciosamente, en la búsqueda de significado y comprensión" (Anderson, 2019, p. 23). Anderson y Goolishan repiten un elemento importante en su discurso, la generación de significados en la interacción.

En un principio los axiomas que regían a la comunicación eran "Todo es comunicación" y luego "La comunicación no es más que información"; ambos axiomas reducían el proceso de interacción al no permitir hacer un análisis de las diferentes situaciones sociales que América Latina vivía (Martín-Barbero, 1984). Por lo que Martín Barbero propone desplazar el concepto de comunicación a cultura; ya no pensarla desde el EMR sino desde las significaciones y sentidos que se desarrollan dentro de la interacción "esto es sus sistemas de conocimiento, sus códigos de percepción, sus códigos de valoración y de producción simbólica de la realidad" (Martín-Barbero, 1984, p. 80)

Según Guardia (2020) la comunicación es interacción y lo que hace la disciplina es estudiar esta interacción y los procesos de significación que van tomando parte en los individuos. Hay dos procesos que se están llevando a cabo dentro del diálogo, el primero entre los individuos y, el segundo, en los procesos de significación dentro de los individuos

El primer momento, la interacción, intercambio de mensajes, signos y significados entre los actores se desarrolla dentro de un ecosistema. Este se entiende como un " [...] complejo sistema de innumerables y variadísimos eventos que se convierten en signos y señales para los distintos seres vivientes, formando miríadas de redes, las cuales acaban a su vez componiendo una especie de "polirred" que incesantemente se teje/desteje [...]"(Soto, 1999). Entonces, ambos actores están en una constante interacción dentro un sistema lleno de signos tomando parte en el diálogo que se va tejiendo y destejiendo. Estos actores sociales, explicados por Morin, dan lugar a que el ecosistema funcione gracias a las interacciones que se suscitan entre

ambos. A esto Morin denomina eco-comunicación. Los signos y significantes que toman parte en el lenguaje y en la interacción están en una constante danza entre los actores creando significaciones entre ambos y mediando la realidad.

"Toda realidad es mediada, pues, por el pensamiento, por signos del lenguaje y otras representaciones, a través de las cuales conocemos y sabemos" (Silva, 2006, p. 11). Es a través del lenguaje y el diálogo, es que se percibe la realidad y se da a conocer el "yo" del sujeto al mundo exterior, al "otro" y viceversa. Es decir, el segundo momento de la comunicación que nos da paso a entender los imaginarios.

Imaginarios

> El imaginario es el reino de las máscaras, los señuelos y la fascinación, el orden de los fenómenos y sus apariencias como imágenes proyectivas, por eso los afectos son un importante núcleo tímico. (Gómez, 2001, p. 202)

Gómez conceptualiza a los imaginarios desde los deseos, desde este núcleo tímico, es decir las afecciones en el que el ser humano es consciente de sí y del "otro". Antes de pasar al "otro", que se lo desarrolla en el apartado de representaciones, es necesario entender la aparición del imaginario en el hombre. Por lo cual se estudia a Morin, quien conceptualiza los imaginarios a partir de la conciencia de la muerte.

El hombre u *homo sapiens*, tal como lo llama el autor, visualiza su realidad a través de los imaginarios que lo contienen. Lo real y lo imaginario, si bien en un principio parecen entes antagónicos son, en realidad, complementarios e inseparables (Cf. Soto, 1999).

Morin (en Soto 1999) afirma que la conciencia de la muerte ha permitido que se visualice en el hombre la aparición del imaginario. Es decir, el hecho de que el hombre esté consciente de que hay una mortalidad, pero al mismo tiempo proyecta una "vida después de la muerte", muestra un imaginario. Lo real: la mortalidad; y lo imaginario: "la vida después de la muerte".

Esta conciencia de la existencia de la muerte lleva al *homo sapiens* a pensar en lo real, objetivo, de la mortalidad, pero también lo imaginado, subjetivo de la posible inmortalidad. En otras palabras, hay una interacción entre lo objetivo y subjetivo dentro del ser humano. Estas son las dos conciencias que dialogan entre sí y en la que ninguna anula a la otra sino que conviven (Soto, 1999). A través de esta interacción se van transformando los imaginarios y es en esta transformación "que también se conoce

y se construye (el ser humano)" (Soto, 1999, p. 230).

Esta interacción se refleja en la realidad que el ser humano percibe, de la cual es parte, en la que desarrolla su cotidianidad y la proyecta. La realidad se percibe a través del imaginario. Empero, esto no sólo se visualiza en la mortalidad, sino la cotidianidad de las personas; ya que el ser humano no sólo se proyecta en el mundo, sino que "absorbe al mundo en él" (Soto, 1999, p. 228) y a través de este percibe su realidad. Esta absorción del mundo, del ecosistema en el que se encuentra, es el primer momento de la Comunicación. El diálogo entre los subjetivo y objetivo del actor es el segundo momento. Como indica Ojeda: "la realidad es objetiva y subjetiva a la vez, con componentes estructurales y de acción" (2018, p. 14).

Morin afirma que "Lo imaginario es el fermento del trabajo de sí sobre sí y sobre la naturaleza, a través de la cual se construye y desarrolla la realidad del hombre" (Soto, 1999, p. 230). Una realidad compleja llena de diferentes referentes y construcciones del entorno, del mismo ser humano, ya que, según Soto en el análisis de Morín (1999), dentro del ser humano se tiene una conciencia objetiva del "yo" pero también se tiene una conciencia subjetiva del mundo. Es decir, hay un intercambio entre el mundo interior (el "yo") y el mundo exterior (el "otro"). Por lo que se puede afirmar que el imaginario esta compuesto por el "yo", identidad de la persona, y el "otro", mundo exterior.

En este sentido Guardia (2018) señala que tenemos mundos de referencialidad mediante los cuales percibimos nuestra realidad. Estos son el: macro social, micro social, el mundo imaginado y el mediático. El mundo imaginado, al que nos vamos a remitir "Está compuesta por los deseos, los sueños, las aspiraciones, la proyección de vida individual, familiar, regional, nacional. Tiene relación con la acumulación de poder y el status de los sujetos, así como con las formas diversas de religiosidad confesional y no-confesional." (Guardia, 2018a, p. 13). Es en este mundo imaginado es que Morin compara el imaginario con el cine. Es decir, en las proyecciones, campo, imágenes e identificación.

"La imaginación [...] posee un sentido proyectivo, el de ser un preludio a algún tipo de expresión, sea estética o de otra índole" (Appadurai, 2001, p. 11). Es en esta línea que Soto (1999) afirma que las proyecciones son procesos universales y multiformes de

nuestras aspiraciones, deseos, temores, entre otros; que se proyectan en nuestra imaginación y en nuestros sueños. Aquí hay que tomar en cuenta dos puntos. El primer punto es esta "expresión estética o de otra índole" de la que habla Appadurai; y el segundo punto, son las proyecciones de la imaginación de la que habla Soto.

Estas proyecciones dan lugar a las percepciones con las que se visualiza la realidad del ser humano. Se pueden entender, según Soto, como percepciones que son formadas y en base a proyecciones previamente construidas. Esta "formación" se da en el constante diálogo de lo objetivo, subjetivo, lo real, lo imaginario de nuestras fuentes de referencialidad. Es decir, nuestros mundos de referencia. "Estos "mundos" proporcionan referencialidad a las personas quienes, en sus dinámicas culturales, construyen sus opiniones y percepciones sobre lo que les rodea y con lo que interactúan" (Guardia, 2018a, p. 12) Entonces, a través de estas el ser humano actúa en su realidad, es decir, categorías que se vuelven componentes de acción (Silva, 2003). De acuerdo a estas proyecciones el humano actúa en su realidad y afecta a los otros mundos y viceversa

El otro punto, que son las "expresiones estéticas o de otra índole" (Appadurai, 2001) se puede entender a través de Armando Silva, que visualiza a los imaginario a través del juicio estético. Silva se pregunta, entonces, "¿de qué están hechos los imaginarios? De estética [...] (2016, p. 86). Silva explica que el juicio estético está relacionado con el gusto como con el sentimiento. "el imaginario es una teoría del gusto social, de juicios estéticos, se desarrolla como una teoría estética y en la vida real es una ´impregnación estética´" (Silva, 2006, p. 86). Es decir, si bien existen datos objetivos de la realidad, y lo se los tiene presente, la mortalidad, según Morin (2001); también está lo imaginario, las percepciones, lo subjetivo, según Silva (2006). Esta parte objetiva de la que habla Morin, Silva lo conceptualiza como juicos de conocimiento, es decir, la parte real o tangible, los hechos de la realidad. Es importante entender entonces, que efectivamente estos juicios, el de conocimiento y el estético, están en constante interacción y se van construyendo según los fenómenos de la realidad.

Entonces, los imaginarios son una construcción a partir de los juicios estéticos, de lo real y de las percepciones de nuestros diferentes mundos de referencialidad que

están en constante interacción. Este es el primer punto, el imaginario es una construcción. Es por esto que es preciso hablar de imaginarios y no sólo de un imaginario. ¿Qué se construye? Se construyen representaciones con la que se interactúa con la realidad de acuerdo a la conciencia del "yo".

Una diferencia fundamental entre las representaciones y los imaginarios son la visibilidad de los mismos. Las representaciones son producto de los imaginarios. Silva (2006) entonces, afirma que las "representaciones se ven, los imaginarios son invisibles". Empero los imaginarios son los que motivan, lo que dan lugar, a que estas representaciones se construyan.

> Nuestras representaciones y concepciones son sin duda traducciones [...] de la realidad´(Soto, 1999, p. 290). Son la forma en la que el hombre es parte y concibe su día a día. "Por debajo de toda representación corre el deseo: deseo de hacer, de hacer saber y de Hacer hacer" (Gómez, 2001, p. 203). Es decir, que las representaciones se consideran esquemas a través de los cuales el hombre es, actúa en su realidad y se apropia de la misma, pero también mediante de la cual da a conocer su "yo". "La imaginación es un escenario para la acción. (Appadurai, 2001, p. 11)

Conclusiones. Diálogos del "yo" imaginario con el "otro"

> Es el vínculo entre los conceptos y el lenguaje el que nos capacita para referirnos sea al mundo 'real' de los objetos, gente o evento, o aun a los mundos imaginarios de los objetos, gente y eventos ficticios (Hall, 1997, p. 4)

El mismo Hall (1997) en "El espectáculo del Otro" afirma que este "otro" es esencial para el significado de un mismo y se los visibiliza a través del diálogo. El vínculo al que se refiere es una forma del ser humano de representarse a través del lenguaje. El ser humano es social por naturaleza, necesita de los "otros" y la forma de estar en contacto es a través del diálogo, una interacción, en la que como se mencionó en el apartado de Comunicación, el sujeto se conecta con y para el otro. No obstante, en esta interacción están en juego los imaginarios que conectan su propia interacción entre lo subjetivo y lo real de la realidad dentro del sujeto. Hay dos procesos de interacción, uno es intersubjetivo que va moldeando la realidad del "yo", y el siguiente proceso se da con el "otro". Los imaginarios, como menciona Silva, no son visibles, se hacen visibles a través de representaciones, en este caso, el lenguaje es una representación de los procesos de interacción entre los objetivo y

subjetivo del ser humano que al mismo tiempo forma parte de la acción comunicativa de los individuos.

Es así que las representaciones sociales pueden ser construidas desde la identidad del sujeto y al dialogar con el *Otro*. Como se mencionó, las representaciones e imaginarios se van formando de acuerdo a la apropiación de los elementos que van acorde a los referentes culturales del ser humano. Entonces, se podría afirmar que para actuar en sociedad y ser parte de la misma es necesaria una identidad tanto social como individual, ya que en esta identidad individual se encuentra los referentes mediante la cual el ser humano se apropia de su realidad.

"Los significados selectivos y distintivamente internalizados por los individuos, por un grupo o por una colectividad (cultura subjetiva) generan identidades individuales y colectivas" (Giménez, 1995, p. 4). Sin embargo, el 2011, Giménez afirma que estos significados selectivos son también la cultura. La cultura es fuente de la identidad. Entonces nos referimos a una "identidad sentida, vivida y exteriormente reconocida de los actores sociales que interactúan entre sí en los más diversos campos" (Giménez, 2011, p. 3). La interacción, por lo tanto, es un elemento importante. Según Guardia (2018b), en este lenguaje del ser humano es que él nombra a los objetos alrededor del mismo según su imaginario.

Las representaciones de los individuos, por lo tanto, tienen que pasar por los filtros identitarios del mismo. Este se encarga de: 1) ubicar al ser humano dentro de su sociedad y realidad, 2) permitir la apropiación de los elementos inherentes a cada uno, dando lugar a crear su realidad, y 3) permitir que la sociedad tenga memoria colectiva (basadas en un contexto histórico).(Cf. Cabrera, 2004; PRAHC UMSS, 2014) De otra forma no se llegarían a formar las representaciones. Finalmente, es necesario tomar en cuenta que las representaciones no son solo sociales sino también identitarias y culturales.

Aquí entran los tres aspectos que modelan los imaginarios, la cultura, la sociedad y la identidad. Morin, citador por Soto (1999), afirma que la cultura y la sociedad mantiene una relación mutua mediada por las interacciones. Ya que los individuos que interactúan en las mismas son portadores de la cultura que se va transmitiendo, van configurando y creando la sociedad. Asimismo, esta sociedad va reconfigurando la cultura. "La comunicación

y el discurso definen la organización social. Un sistema sociocultural es el producto de la comunicación social y, por ende, la comunicación no es un producto de la organización estructural" (Anderson & Goolishian, 1996, p. 3), sino que la comunicación, el diálogo y estos procesos de interacción del "yo" imaginario con el "otro" van organizando la estructura y entorno social del sujeto.

En ese sentido, "la cultura está configurada por las relaciones del ser humano consigo mismo, la naturaleza, la sociedad y con lo sobrenatural" (Guardia, 2017, p. 7). Este espacio sobrenatural se lo entiende como lo imaginario del ser humano. Estos cuatro aspectos de la cultura se desenvuelven con el fin de darle un sentido a las acciones tomadas por el ser humano para que comprenda al mundo y su realidad. Los imaginarios y la comunicación son entes inherentes. Este es el segundo momento del que se refirió en el aparatado de Comunicación. Los procesos de significación toman parte en los imaginarios de cada sujeto, de esta forma dentro de cada sujeto existe una interacción de todo lo que se suscita con el "yo" imaginario y con el "otro" el mundo exterior. Entonces, los imaginarios son construcciones del "yo" del actor, entendiendo al "yo" como imágenes proyectivas, deseos, sueños, mitos, aspiraciones, con el mundo exterior, que se van resignificando dentro de las interacciones con sus mundos de referencialidad y el "otro".

Bibliografía

Anderson, H., & Goolishian, H. (1996). *El experto es el cliente : la ignorancia como enfoque terapéutico*. 45–59.

Appadurai, A. (2001). La modernidad desbordada. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53). https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Arranz, R. (2018). *La creación de imaginario*. 348–360.

Cabrera, D. H. (2004). *Imaginario social, comunicación e identidad colectiva*.

Carretero, Á. (2003). Postmodernidad e imaginario. Una aproximación teórica. *Foro Inerno*, *3*, 87–101.

Geertz, C. (2003). *La Interpretación de las Culturas* (Gedisa, Ed.). Barcelona.

Giménez, G. (1995). Modernización, Cultura e Identidad Social. *Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe,*

España y Portugal Proyecto, *1*, 35–55. Retrieved from http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13810203

Giménez, G. (1999). Territorio, cultura e identidades. *Estudios Sobre Las Culturas Contemporáneas*, *V*(9), 25–57. Retrieved from http://cenedic2.ucol.mx/culturascontemporaneas/contenidos/region_socio_cultural.pdf

Giménez, G. (2005). La cultura como identidad y la identidad como cultura. *Consejo Nacional de La Cultura y Las Artes. México*.

Giménez, G. (2011). Cultura, identidad y procesos de individualización. *CULTURA, IDENTIDAD Y PROCESOS DE INDIVIDUALIZACIÓN*, 15–28.

Gómez, P. A. (2001). Imaginarios sociales y análisis semiótico. Una aproximación a la construcción narrativa de la realidad. *Cuadernos de La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales*, *17*.

Guardia, M. (2017). *Interacción humana y simbólica en rituales del Valle Alto de Cochabamba Cuaderno*. *N°3*.

Guardia, M. (2018a). Fuentes de referencialidad para la significación, pistas para el abordaje de la complejidad de la recepción. *Punto Cero*, *37*, 9–17. Retrieved from http://www.ghbook.ir/index.php?name=فرهنگ و رسانه های نوین&option=com_dbook&task=readonline&book_id=13650&page=73&chkhashk=ED9C9491B4&Itemid=218&lang=fa&tmpl=component

Guardia, M. (2018b). *Vulnerabilidad Social en el mundo imaginado*.

Hall, S. (1997). El Trabajo de la representación. *Representation:Cultural Representations and Signifying Practices*, *1*, 13–74.

Jiménez, C., Patiño, F., Paredes, M., Cortez, A., Bernhardt, S., Bustamante, A., … Aldunate, S. (2020). *Entrevistas sobre Comunicación a comunicadores de la Universidad Católica Boliviana " San Pablo " regional Cochabamba* (1a.; Universidad Católica Boliviana "San Pablo," Ed.). Cochabamba: Universidad Católica Boliviana "San Pablo."

Martín-Barbero, J. (1984). De la Comunicación a la Cultura: perder el "objeto" para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento*, *III*, 17–24.

Muñoz, L. (2012). Lenguaje e imaginarios sociales. *Cuadernos de Lingueistica Hispanica*, *unknown*(19), 23–38.

Ojeda, A. (2018). *Movimientos ciudadanos en red: Organización, comunicación y acción*

tecnopolítica en Bolivia. UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN SIMON.

PRAHC UMSS. (2014). Territorialidades. Retrieved November 9, 2019, from https://issuu.com/prahcumss6/docs/territorialidades

Silva, A. (2003). Vista de Imaginarios sociales y estética ciudadana. *Escribanía*, *11*, 97–102. Retrieved from http://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/escribania/article/view/2999/3765

Silva, A. (2006). *Imaginarios Urbanos* (5ta edició; T. Mundo, Ed.). Bogotá.

Silva, A. (2016). Los imaginarios sociales desde Armando Silva, sus avances, transformaciones y productos. *Campos*, *4*(1), 81–100. https://doi.org/10.15332/s2339-3688.2016.0001.04

Soto, M. (1999). *Edgar Morin. Complejidad y sujeto humano*. Universidad de Valladolid.

Diversidade cultural em pauta: a presença de grupos culturais na cobertura jornalística do site *Cultura Plural*

La diversidad cultural en la agenda: la presencia de grupos culturales en la cobertura periodística del sitio *Cultura Plural*

Cultural diversity on the agenda: the presence of cultural groups in the journalistic coverage of the Cultura Plural website

Matheus Henrique Rocha Gastaldon[261]

Karina Janz Woitowicz[262]

Resumo: O artigo discute a representatividade de grupos culturais de Ponta Grossa/PR no site Cultura Plural – resultado de um projeto de extensão do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa em atividade desde 2011 - a fim de identificar marcas da cultura local e características presentes na produção jornalística. Com base nos estudos de jornalismo cultural e na noção de cultura sustentada pelo referencial teórico da folkcomunicação, o trabalho tem a proposta de problematizar o espaço dedicado às manifestações culturais de caráter independente e comunitário que foram pautadas pelo site entre os anos de 2018 e 2019. A partir dessa reflexão, busca-se analisar os grupos culturais mais representados em reportagens publicadas pelo projeto, a partir de aspectos como abordagens das pautas e temas da cultura.

Palabras-chave: Folkcomunicação, Cultura, Jornalismo cultural, extensão universitária.

Abstract: The article discusses the representativeness of cultural groups in Ponta Grossa/PR on the website Cultura Plural - the result of an extension project of the Journalism course at the

261 Matheus Henrique Rocha Gastaldon. Acadêmico do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa; bolsista do Programa Institucional de Bolsas de iniciação científica (PIBIC) pela UEPG. Brasil. E-mail gastaldon.mg@gmail.com

262 Karina Janz Woitowicz. Professora Dra. do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa; coordenadora do Grupo de Pesquisa Jornalismo Cultural e Folkcomunicação; bolsista produtividade pela Fundação Araucária. Brasil. E-mail: karinajw@gmail.com

State University of Ponta Grossa in operation since 2011 - in order to identify local culture marks and present characteristics in journalistic production. Based on studies of cultural journalism and the notion of culture supported by the theoretical framework of folkcommunication, the work aims to problematize the space dedicated to cultural manifestations of an independent and community character that were guided by the website between the years 2018 and 2019. Based on this reflection, we seek to analyze the cultural groups most represented in reports published by the project, based on aspects such as agenda approaches and cultural themes.

Key words: Folkcommunication, Culture, Cultural journalism, University extensión.

Introdução

O presente trabalho propõe uma reflexão sobre a representatividade dos artistas e grupos culturais de Ponta Grossa/PR no site *Cultura Plural*, com a proposta de identificar marcas da cultura local e características do jornalismo cultural presentes nas reportagens.[263] O *Cultura Plural* é um projeto de extensão do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) criado em 2011, com apoio da Funarte (Ministério da Cultura). Produto do projeto de extensão, o site funciona como um espaço de memória e visibilidade de manifestações populares promovidas por artistas e grupos culturais de Ponta Grossa e região, por meio da prática extensionista e jornalística na área cultural. O projeto publica reportagens, vídeos, fotos e conteúdos multimídia que possuem temáticas culturais, além de promover ações na área da cultura.

Com base na análise da produção jornalística do *Cultura Plural*, o trabalho tem a proposta de problematizar o espaço dedicado às manifestações culturais de caráter independente e comunitário que foram pautadas pelo site entre os anos de 2018 e 2019. A partir dessa reflexão, busca-se identificar os grupos culturais mais representados em reportagens publicadas pelo projeto, identificando características dos conteúdos relativos à cultura local com base nas abordagens, fontes e temas.

Para avaliar a representatividade de artistas e grupos culturais e também refletir

263 A pesquisa utilizada como base para este artigo foi realizada com apoio da Universidade Estadual de Ponta Grossa e da Fundação Araucária, por meio do Programa Institucional de Iniciação Científica e do Programa de Bolsas de Produtividade em Desenvolvimento Tecnológico/Extensão.

sobre a atuação do projeto, foram utilizados como bases teóricas os estudos de jornalismo cultural (Piza, 2009; Gadini, 2009), bem como a noção de cultura sustentada no referencial da folkcomunicação (Beltrão, 2001; Melo, 2008; Woitowicz, Gadini, 2017), que contribui para problematizar aspectos das manifestações populares e sua inserção nos espaços de mídia.

Interfaces entre jornalismo cultural e a perspectiva da folkcomunicação

No jornalismo cultural praticado no país, as pautas não costumam priorizar assuntos regionais ou locais e, muitas vezes, são orientadas por uma espécie de agenda cotidiana. Gadini (2009, p. 199) ressalta que as pautas se desdobram em formatos jornalísticos em que a estrutura discursiva informativa se distingue das demais editorias, já que possuem "uma perspectiva de informação mais assumidamente interpretativa". Piza (2009, p. 65) considera que o jornalismo cultural, ao longo de sua evolução, apresentou transformações em suas principais características, tais como a "diminuição sensível na pluralidade e criatividade". Com isso, a característica interpretativa, apontada por Gadini (2009) como um diferencial, perde presença nos textos.

No que se refere à cobertura jornalística na área cultural, Cunha e Teixeira (2008) observam que o agendamento dos produtos culturais se sobrepõe ao dos processos culturais, que envolveriam, para além da criação cultural, aspectos da economia e da política da cultura. No mesmo sentido, constata-se também a influência das indústrias da cultura na visibilidade de determinados artistas e produtos culturais e, consequentemente, o apagamento das manifestações populares, principalmente aquelas de caráter independente e sem respaldo institucional.

A folkcomunicação, ao enfocar os agentes e os meios populares, revela sua pertinência para o estudo do jornalismo cultural, pois busca entender e dar visibilidade ao que é transmitido através de manifestações da cultura popular. Para Amphilo (2013, p. 92), a teoria "analisa os processos comunicacionais populares e sua mensagem crítica e ideológica".

De acordo com José Marques de Melo (2008, p. 90), a folkcomunicação "adquire cada vez mais importância, pela sua natureza de instância medidadora entre a cultura de

massa e a cultura popular, protagonizando fluxos bi-direcionais e sedimentando processos de hibridação simbólica". O crescente processo de midiatização das práticas sociais, acentuado pela apropriação das tecnologias pelos indivíduos e grupos sociais, tem contribuido para a difusão de diferentes fluxos de comunicação. A coexistência de tais processos, oriundos da cultura popular a massiva, conduz a pensar sobre o modo como se produz a cultura no interior dos grupos sociais.

Entende-se que há um processo constante de incorporação de elementos da cultura popular na mídia e de midiatização da cultura (Trigueiro, 2007). Contudo, é importante refletir sobre as limitações das produções jornalísticas na representação da diversidade cultural do país e no próprio tratamento dedicado às manifestações populares, que não raras vezes assumem um caráter estigmatizado ou exótico (Farias Júnior, 2008).

É a partir dessa constatação que se torna pertinente observar o processo de tematização da cultura no jornalismo e as posibilidades de valorização das manifestações locais e regionais. Segundo José Marques de Melo (2008, p. 70),

> No limiar do século XXI vivemos um período marcado pelo reflorescimento das culturas locais e regionais. Este episódio particular da resistência à globalização unipolar é reflexo da luta das culturas periféricas no sentido de ocupar espaços apropriados no mosaico multicultural propiciado pelas novas tecnologias de difusão simbólica.

A perspectiva da folkcomunicação, à medida que direciona o olhar para os grupos que se situam à margem da cultura hegemônica e das lógicas do sistema político e econômico, constitui uma referência central para a análise proposta neste trabalho, que tem como propósito identificar a representatividade das ações culturais dos grupos locais independentes. Por meio da análise das publicações do site, é possível destacar a diversidade presente no campo cultural e as possibilidades de realização de uma prática jornalística inclusiva e sobretudo plural.

Grupos culturais na produção jornalística do *Cultura Plural*

A partir das bases teóricas mencionadas, que compreendem a produção jornalística em cultura e a valorização das manifestações culturais dos grupos no cenário local, foram desenvolvidos procedimentos metodológicos

para sistematização e análise dos dados. O recorte de análise deste trabalho considerou toda produção jornalística em forma de reportagem publicada no site *Cultura Plural* em 2018 e 2019. Ao todo, 347 publicações foram feitas neste período em diversos formatos, como reportagem, nota de divulgação, coluna, galeria de imagens e vídeo. Vale ressaltar que o principal objetivo é mapear, a partir da produção extensionista, os agentes culturais de Ponta Grossa que promovam ações de caráter independente e comunitário, sem apoio institucional ou financeiro.

Todo conteúdo referente aos dois anos de análise foi sistematizado em uma tabela. Critérios de filtragem ajudaram a identificar os materiais que não correspondiam à proposta do trabalho.[264] Após a seleção inicial, foram estabelecidos novos critérios de filtragem, desta vez, para caracterizar as atividades presentes nas reportagens produzidas pela equipe. Assim, a análise buscou identificar se as ações culturais eram gratuitas, de caráter comunitário, de realização independente e/ou se receberam algum tipo de apoio. Uma última decisão foi por valorizar a análise de reportagens que pautam atividades promovidas apenas por grupos e coletivos, considerando que estas ações impactam um maior número de pessoas em comparação com eventos realizados por artistas individualmente.

Por meio dos métodos e critérios utilizados, foi possível identificar que 48 reportagens publicadas no site *Cultura Plural*, entre 2018 e 2019, retratam manifestações culturais de caráter independente ou comunitário. Foram desconsideradas todas as publicações referentes a eventos realizados por instituições como Prefeitura, Universidade ou aqueles promovidos por agentes privados, uma vez que o foco do trabalho é a valorização do protagonismo dos agentes informais que integram o campo cultural.

Em 2018, o projeto divulgou 17 reportagens sobre ações culturais de caráter independente e, no ano seguinte, foram publicados 31 textos.[265] A partir do levantamento, foi possível identificar 28 grupos e coletivos culturais de Ponta

264 Inicialmente, foram excluídas publicações no formato perfil e produções enviadas por colunistas do projeto e colaboradores. Também optou-se pela exclusão dos conteúdos que não retratavam nenhum grupo ou artista; que pautavam agentes culturais de outros municípios; ou ainda, textos que não relatavam ações culturais. Ao final, foi definido que apenas publicações no formato reportagem fariam parte da análise.

265 O número inferior de publicações no primeiro ano analisado é resultado da interrupção nas atividades do projeto de extensão, provocada por mudanças na coordenação no segundo semestre de 2018.

Grossa.[266] No Gráfico 1 constam os grupos que receberam maior cobertura no site *Cultura Plural* no período analisado.

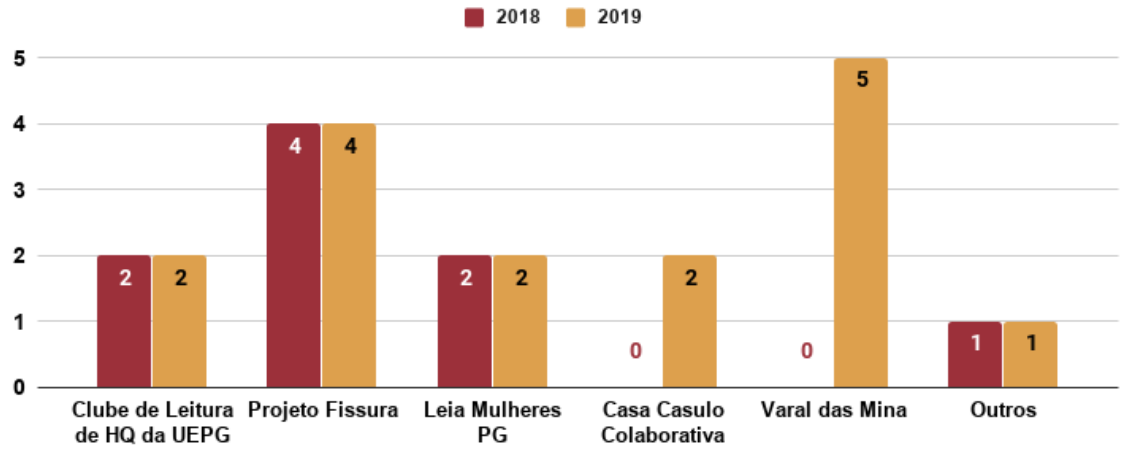


Gráfico 1: Quantidade de reportagens por grupo. Fonte: Os autores, 2020

No primeiro ano de análise, foi possível identificar que nove grupos e coletivos de Ponta Grossa promoveram atividades de caráter independente. Observa-se que o Projeto Fissura foi o mais presente na cobertura do portal jornalístico *Cultura Plural*, com quatro reportagens publicadas. Em seguida, aparecem o Clube de Leitura de HQ da UEPG e o Leia Mulheres PG, com duas publicações cada. Outros seis grupos[267] identificados tiveram suas ações retratadas uma única vez.

No ano seguinte, a tendência no aumento de publicações é acompanhada também pela ampliação do total de grupos culturais presentes nas reportagens do projeto de extensão, que soma 22. Entre as reportagens publicadas na segunda metade

[266] São eles: Associação Germânica dos Campos Gerais, Bando da Leitura, Banzai Discos, Bloco do Tranca-Rua, Bloco dxs Polacxs, Casa Casulo Colaborativa, Centro de Línguas Germania, Cia Artheiros, Clube de Leitura de HQ da UEPG, Coletivo Crucolab, Conselho Jedi do Paraná – base PG, Croquis Urbanos, Diálogos Culturais, Escola de Artes Bianca Almeida, Grupo Kombissauros, Grupo Renascer, Leia Mulheres PG, Liga das Escolas de Samba de PG, Mulheres Que TransBordam, Paróquia Nossa Senhora da Medianeira, Paróquia Nossa Senhora do Rosário, Passio Christi, Projeto Fissura, Retrogamers PG, Samba do Trilho, Sinagoga Anussim, Tangerine Records e Varal das Mina. Além desses, três atividades pautadas foram realizadas por estudantes e professores universitários, grupos de rap de Ponta Grossa e também por moradores de um bairro da cidade.

267 Bando da Leitura, Coletivo Crucolab, Croquis Urbanos, Diálogos Culturais, Passio Christi e Tangerine Records.

do período analisado, cinco delas pautaram atividades promovidas pelo coletivo Varal das Mina. Em seguida, aparece o Projeto Fissura, com quatro publicações. Este grupo foi o mais pautado em 2018, o que revela uma tendência do projeto *Cultura Plural* em acompanhar iniciativas culturais promovidas por agentes independentes. Leia Mulheres PG, Clube de Leitura de HQ da UEPG e Casa Casulo Colaborativa também integram a lista dos grupos acompanhados frequentemente, com duas reportagens cada. Ações organizadas por outros 17 grupos[268] foram retratadas ao menos uma vez nas produções do portal jornalístico em 2019.

Aspectos da cobertura jornalística das manifestações culturais

O presente trabalho também avaliou quais foram as temáticas mais abordadas em reportagens do projeto. Este levantamento foi feito a partir das categorias existentes no site *Cultura Plural* e que são atribuídas às produções jornalísticas no momento da publicação. Os acadêmicos bolsistas são responsáveis pela postagem de materiais no portal extensionista e atualização das redes sociais[269]. Há casos em que uma reportagem foi classificada em mais de uma categoria, o que reflete o caráter multitemático identificado em algumas atividades culturais independentes realizadas em Ponta Grossa.

No Gráfico 2 constam as temáticas que receberam maior cobertura no site *Cultura Plural* em 2018 e 2019.

No primeiro ano analisado, constatou-se que atividades culturais voltadas à Literatura, Cinema e Música foram as mais retratadas pelo projeto. A primeira categoria foi contemplada em seis reportagens. As duas temáticas seguintes aparecem em quatro publicações cada. Outras quatro categorias[270] foram usadas apenas uma vez para classificar conteúdos divulgados no portal.

O amplo número de pautas sobre literatura está relacionado aos grupos Leia Mulheres PG e Clube de Leitura de HQ da UEPG. Ambos estão entre os mais retratados em reportagens do *Cultura Plural* em 2018. O primeiro coletivo promove encontros para discussão e apreciação de quadrinhos e

268 Associação Germânica dos Campos Gerais, Banzai Discos, Bloco do Tranca-Rua, Bloco Dxs Polacxs, Centro de Línguas Germania, Cia Artheiros, Conselho Jedi do Paraná – base PG, Escola de Artes Bianca Almeida, Grupo Kombissauros, Grupo Renascer, Liga das Escolas de Samba de PG, Mulheres Que TransBordam, Paróquia Nossa Senhora de Medianeira, Paróquia Nossa Senhora do Rosário, Retrogamers PG, Samba do Trilho e Sinagoga Anussim.

269 Facebook: fb.com/culturaplural | Instagram e Twitter: @culturaplural

270 Artes Cênicas, Cidadania, Religião e Política

charges. Já o segundo, debate exclusivamente obras escritas por mulheres, com o propósito de ampliar a visibilidade de autoras.

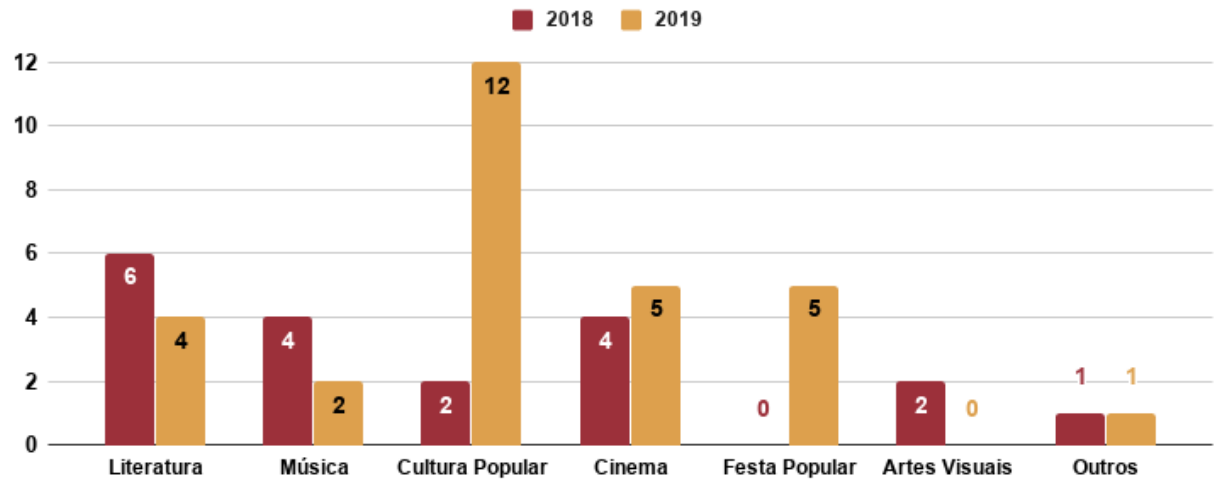


Gráfico 2: Quantidade de reportagens por temática. Fonte: Os autores, 2020

As reportagens que envolvem o tema cinema refletem a representatividade do Projeto Fissura em produções do portal jornalístico. O grupo é formado por estudantes do curso de Filosofia de uma faculdade de Ponta Grossa e promove reflexões filosóficas a partir da exibição de obras cinematográficas.

Em 2019, observa-se um aumento na produção de pautas voltadas à cultura popular, em comparação com o ano anterior. Em 2018, foram publicadas apenas duas reportagens com a temática. As 12 matérias representam pouco mais de 1/3 das publicações feitas no segundo ano analisado, 31 no total. Esse crescimento é reflexo do maior número de textos divulgados no período e também de um dos propósitos do projeto de extensão: difundir a cultura por meio do registro de manifestações populares em Ponta Grossa e na região dos Campos Gerais do Paraná.

A maioria das reportagens vinculadas à categoria cultura popular retratam o grupo Varal das Mina, o mais retratado pelo *Cultura Plural* naquele ano. O coletivo incentiva o empoderamento feminino e o consumo consciente por meio da venda de roupas e artesanato. Além disso, promove ações

artísticas, como exposições e apresentações musicais. O evento acontece em espaços culturais da cidade, como o Centro de Cultura e a Estação Arte.

Ainda em 2019, as categorias cinema e festa popular estão entre as mais pautadas, com cinco publicações cada. Os textos da primeira categoria estão relacionados ao Projeto Fissura. Em seguida, se destaca a temática literatura. As quatro reportagens com esse tema representam os grupos Leia Mulheres PG e Clube de Leitura de HQ da UEPG. Os três coletivos foram os mais representados no ano anterior, o que reforça a tendência do projeto de extensão em acompanhar certos grupos culturais. Cinco categorias[271] foram usadas apenas uma vez para classificar conteúdos publicados no site. Os resultados apresentados indicam a presença grupos culturais independentes que atuam em diferentes áreas na promoção de ações culturais.

A representatividade de grupos culturais na produção extensionista

A cobertura jornalística do site *Cultura Plural* é realizada por estudantes do curso de Jornalismo da UEPG com o suporte e coordenação de professores. Por meio de notícias, reportagens, vídeos, fotografias e conteúdos multimídia, o projeto busca registrar e visibilizar, principalmente, as manifestações da cultura popular em Ponta Grossa e região.

Em seu desenvolvimento, algumas das 48 reportagens analisadas buscam aprofundar a proposta e o trabalho desenvolvidos por agentes informais da área cultural. De forma breve, esta característica pode ser identificada em texto divulgado em 2018, e que apresenta um coletivo voltado às artes visuais:

> O projeto "Croquis Urbanos" reúne artistas plásticos e entusiastas da arte, da arquitetura e do patrimônio todos os domingos, às 9h, em um local determinado, para produzir desenhos. A cada semana, escolhe-se um novo local que tenha relevância ou que seja atrativo pela beleza. Os encontros ocorrem há três anos em Ponta Grossa e a edição 107 foi realizada em frente à casa 1313 na Rua Ermelino de Leão. (Cultura Plural, 24/04/2018)[272]

Além de destacar a proposta do grupo, algumas produções textuais do projeto extensionista se dedicam à apresentação de um relato sobre o

271 Cidadania, Artes Cênicas, Religião, Dança e Direitos Humanos
[272] Disponível em: https://culturaplural.sites.uepg.br/?p=2763. Acesso em 28/09/2020.

desenvolvimento da ação cultural retratada. O trecho inicial da reportagem "Sarau promove discussões de cultura e política" demonstra este aspecto:

> O primeiro Sarau Inverno organizado pela Companhia Diálogos Culturais aconteceu no domingo 2/9, a partir das 18h, no bar e petiscaria Garden. Com foco na segunda fase do movimento modernista no Brasil, a fase regionalista, o evento homenageou a obra "Vidas Secas", de Graciliano Ramos (1892-1953). O sarau reuniu teatro, música, poesia com escritores locais, conversa sobre cultura, DJ e exibição do documentário "Tocando a vida" que trata da música sertaneja de raiz em Ponta Grossa. Além de apresentações culturais, o evento proporcionou discussões sobre cultura, política e acesso à arte. (Cultura Plural, 12/09/2018)[273]

Outra importante característica presente na cobertura do *Cultura Plural* é o caráter multimídia na produção jornalística. Por meio do Facebook, Instagram e Twitter, a equipe extensionista amplia a divulgação de conteúdos publicados no site do projeto, em especial fotografias e vídeos.

No Carnaval de 2019, o projeto realizou uma cobertura especial dos desfiles, que gerou produções para o site[274] e redes sociais. Na ocasião, integrantes do projeto registraram o desfile realizado em uma avenida de Ponta Grossa e também pautaram o evento pelo viés da tradição popular, com a publicação de textos e entrevistas com personagens ligados ao Carnaval. Os registros em formato audiovisual foram publicados nos *stories*[275] do *Cultura Plural* no Instagram. Além da atualização em tempo real da festividade, a utilização da rede social também possibilitou entrevistas ao vivo.

O uso das plataformas sociais e a multimidialidade na cobertura jornalística cultural permitem não só ampliar o acesso e a divulgação de conteúdos, mas também oportunizam a experimentação de novos formatos informativos, caracterizados pelos próprios aspectos e limites da rede social (Andrade et. al, 2019). Em relação ao Carnaval (Bomfim et. al., 2020), a cobertura multimídia funciona como ferramenta de resgate e valorização da tradição nos Campos Gerais do Paraná e, ainda, contribui para a memória e difusão da manifestação popular, caráter observado também em outras produções do *Cultura Plural*.

---

[273] Disponível em: https://culturaplural.sites.uepg.br/?p=3169. Acesso em 28/09/2020.
274 Disponível em: https://culturaplural.sites.uepg.br/?p=3389. Acesso em 28/09/2020.
275 Disponível em: https://www.instagram.com/stories/highlights/17990142505246485/ . Acesso em 28/09/2020.

Considerações finais

A análise sobre a representatividade dos grupos culturais de Ponta Grossa no site *Cultura Plural* foi realizada com o propósito de refletir sobre a produção jornalística realizada pelo projeto e problematizar o espaço dedicado às manifestações de caráter independente e informal, que representam a diversidade do campo cultural da cidade. Embora se reconheça uma tendencia em pautar ações e eventos ligados ao poder público municipal - responsável por uma agenda regular de eventos principalmente nas áreas da música e do teatro -, entende-se que

Figura 1 – Imagens da cobertura especial no Instagram. Fonte: Instagram/Cultura Plural, 2019.

um projeto realizado no âmbito da Universidade deve assumir o compromisso de registrar e visibilizar iniciativas protagonizadas por grupos e coletivos que produzem cultura de forma autônoma.

É neste sentido que a perspectiva teórica da folkcomunicação revela sua pertinência e atualidade, uma vez que comprende a cultura enquanto prática social que manifesta os valores e anseios de um determinado grupo ou comunidade. A opção por direcionar o olhar para a produção da cultura no interior dos grupos independentes de Ponta Grossa encontra sintonia com a esta noção de cultura, que se revela de forma ampla e multifacetada em meio a manifestações que ocorrem sem respaldo institucional ou financeiro.

O levantamento realizado possibilitou destacar principalmente dois aspectos: a) do

ponto de vista dos promotores da ação, foi constatada a representatividade e a diversidade de grupos e coletivos que atuam em diferentes áreas, com maior ênfase na cultura popular; b) no que se refere à produção jornalística, foram observadas as posibilidades de cobertura na área cultural e no jornalismo multimídia, com a inserção de pautas voltadas às ações independentes no âmbito local.

Trata-se, por fim, de uma pesquisa que reflete sobre a experiência extensonista do *Cultura Plural* e a busca de caminhos para repensar as tendências tradicionais do jornalismo cultural a partir da valorização do caráter plural da cultura.

Referências

Amphilo, M. I. (2013). Fundamentos teóricos da folkcomunicação. Revista Comunicação & Sociedade, v. 35, n. 1. pp. 89-110. Disponível em: https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/3104.

Andrade, E. et. al. Aspectos da produção extensionista na área cultural: Indicadores do projeto *Cultura Plural* (Jornalismo UEPG). (2019). Anais... Porto Alegre/RS, XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

Beltrão, L. (2001). Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre: EDIPUCRS.

Bomfim, I.; Woitowicz, K. J.; Castro, J.; Villanueva, M. (2020). O Carnaval em Ponta Grossa e a cobertura jornalística do Cultura Plural: os desafios do jornalismo cultural nos Campos Gerais. Cadernos de Comunicação, v. 24, n. 1.

Cunha, L.; Teixeira, N. (2008). O jornalismo cultural e a lógica do iceberg. Revista Mediação, vol. 7, n. 6. Disponível em: http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/261/258.

Farias Júnior, J. F. (2008). Politica de representação e identidade social na cultura popular: uma análise pragmática por meio das práticas discursivas dos agentes sociais e da mídia. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem, Campinas, SP.

Gadini, S. L. (2009). Interesses Cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro. São Paulo: Paulus.

Melo, J. M. (2008). Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus.

Piza, D. (2009). Jornalismo Cultural. 3ª ed. São Paulo: Contexto.

Trigueiro, O. (2007). Festas populares. In: Gadini, S. L.; Woitowicz, K. J. Noções básicas de folkcomunicação. Ponta Grossa: Ed. UEPG.

Woitowicz, K. J.; Gadini, S. L. Jornalismo, produção cultural e lógicas de mercado: contribuições da folkcomunicação para a análise do jornalismo cultural. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, vol. 14, n. 27, 2017. pp. 272-281.

Fugere Urbem no Século 21: Migração de Área Rural a Urbana como Ação Anti-capitalista e Colonial

Fugere Urbem en el Siglo 21: Migración de Área Rural a Urbana como Acción Anti-capitalista y Colonial

Fugere Urbem in the 21st Century: Urban-to-rural Migration as an Anti-capitalist and Colonial Action

Moana Luri de Almeida [276]

Resumen: Este trabajo utiliza auto-etnografía y análisis de discurso para comprender el éxodo urbano de Amazonía hacia el sur de Brasil, a través de teoría decolonial y un análisis de mensaje, mediación y media.

Palabras Clave: migración urbana-rural, Amazonia brasileña, auto-etnografía.

Abstract: This paper uses autoethnography and discourse analysis to understand urban exodus from the Amazon to the Brazilian South, through decolonial theory and an analysis of message, mediation, and media.

Key words: Urban-to-rural migration, Brazilian Amazon, autoethnography.

Introdução

Fugere urbem é uma expressão em latim que significa "fugir da cidade", usada nos movimentos literários do arcadismo e bucolismo (Stefaniu, 2016). Recentemente, jovens amazônidas têm migrado de centros urbanos para o sul do país, muitas vezes para municípios pequenos que poderiam ser classificados como rurais.[277] Este artigo usa auto-etnografia para refletir como o desejo de uma nipo-brasileira belenense de migrar para uma vila bucólica é uma ação tanto anti-capitalista como colonial. A auto-etnografia é um método em que a pesquisadora narra

[276] Moana Luri de Almeida. Florida Gulf Coast University, Department of Communication and Philosophy, PhD, USA, mdealmeida@fgcu.edu.

[277] A classificação de cidades brasileiras entre rurais e urbanas encontra várias dificuldades metodológicas. Por isso o IBGE, em preparação para o censo 2020, desenvolveu novas definições baseadas nos seguintes critérios: "população em áreas de ocupação densa, proporção da população em áreas de ocupação densa em relação à população total e localização." (Scandar Neto, 2017, p. 41).

suas histórias pessoais e as analisa de forma crítica, conectando a própria trajetória a sistemas opressores e a resistência (Chandrashekar, 2018; Yee, 2016).

Por um lado, a contra-urbanização vai de encontro à metrocentricidade e urbanormatividade, além de valorizar a sustentabilidade e a felicidade não-consumista. Por outro lado, uma reflexão crítica nos aponta várias problemáticas:

-O êxodo urbano falha em questionar o colonialismo, uma vez que os imigrantes japoneses e seus descendentes no Brasil também são colonos em terras indígenas;

-O êxodo urbano pode causar gentrificação rural;

-A estrutura neoliberal capitalista da cidade, que causou a necessidade de evacuação, permanece intacta;

-O minimalismo ambiental tem sido co-optado pelas indústrias imobiliária e de construção em países do Norte Global, e espera-se que pode causar uma consequência similar no Sul Global.

Portanto, este trabalho compreende o corpo do habitante da cidade como uma mídia que, ao mover-se para o interior, é cúmplice da remoção simbólica e material dos habitantes do interior: indígenas, pequenos agricultores, quilombolas e outros residentes locais.

Ao mudar-se para o sul, muitos nortistas usam as redes sociais para relatar sua experiência migratória. Este trabalho vai complementar a auto-etnografia com uma análise de discurso de paraenses que se mudaram ou querem se mudar para o sul, em dois grupos do Facebook chamados *Paraenses em Santa Catarina* que, somados, têm quase cinco mil seguidores e em média dez postagens por dia. Conteúdo do Instagram e do YouTube, com comentários de internautas, também serão investigados. O objetivo é pensar o que leva essas pessoas a deixar sua terra, muitas vezes para municípios menores que os de origem, e quais mudanças de vida encontram.

Na tentativa de combinar análises de mensagem (experiências pessoais da autora e de internautas), mediação (relações de poder e contexto) e mídia (o corpo do migrante e seu uso de redes sociais), esta investigação aplica teoria decolonial para sugerir um entendimento mais holístico de migração em estudos críticos de comunicação.

Uma colona nipo-brasileira: “viemos de nossa terra fazer barulho na terra alheia” [278]

Em 2018, comemoraram-se os 110 anos da migração japonesa para o Brasil e os 90 anos de migração japonesa para a Amazônia. Muitas reportagens celebraram tanto as comunidades japonesas nas grandes cidades como as colônias no interior. Eu cresci em Belém do Pará, na Amazônia, onde tive acesso a uma escola japonesa, um hospital japonês e amigos de colônias como Tomé-Açu, Santa Izabel e Castanhal. Além disso, sempre visitei meus avós japoneses em São Paulo, onde passava a maior parte do tempo nos bairros nipônicos da Saúde e Liberdade. Recém saída da adolescência, participei de um concurso de oratória em língua japonesa e conheci uma oradora que havia crescido na Associação Comunidade Yuba, onde todos só conversavam em japonês e se dedicavam à agricultura e às artes. Assim começou a minha fascinação por comunidades alternativas rurais.

A cultura tradicional japonesa valoriza grandemente a agricultura familiar não só como fonte de renda, mas também como modo de vida do ponto de vista espiritual, ético e comunal (Adachi, 2017). Ao crescer em comunidades japonesas, morar no Japão e pesquisar sobre o assunto, tive uma crescente admiração pela capacidade de tirar sustento da terra, pelos laços sócio-afetivos de comunidades pequenas e pela calma do interior. E não sou a única: por exemplo, o canal de YouTube da chinesa 李子柒 Liziqi tem 7,4 milhões de seguidores do mundo inteiro.

Parte da minha tese de doutorado se dedicou a uma análise das fazendas Yoko da religião Sūkyō Mahikari. Inspirada pelo livro de Adachi (2017) sobre a Associação Comunidade Yuba, refleti sobre o discurso ambientalista da Mahikari. Porém, durante a defesa da tese, um membro da minha banca—Dr. Santhosh Chandrashekar—observou que embora os imigrantes japoneses e seus descendentes estejam buscando liberdade através da pequena agricultura, eles também estão inadvertidamente reocupando terras indígenas. Assim, percebi a falta em Comunicação Intercultural de discussões sobre migração urbana-rural e colonialismo,

[278] Canção “Embarca, Morena” de Nego Uróia, grupo Bico de Arara, município de Curuçá, anos 1960 (Vieira, 2012). É um clássico do carimbó, um estilo de música do Pará.

através de um engajamento com questões de identidade, espaço e mídia.

A presente pesquisa tem como objetivo investigar o êxodo urbano do Pará através de uma análise de mensagem (Hall, 2003), mediação (Barbero, 2010) e mídia (McLuhan, 1964). Neste contexto, o corpo da pessoa da cidade consegue mover-se porque o corpo da pessoa do interior é deslocado. O corpo é uma mídia que comunica mesmo sem palavras, e as formas dessa comunicação dependem da identidade do corpo em termos de raça, classe, gênero, sexualidade, habilidade e idade (Sharma, 2008; Towns, 2016). Assim, os migrantes de Belém para o interior sulino se comunicam de pelo menos duas formas: primeiro, a mudança de residência em si nos diz que a situação econômica e social no Sul está melhor que a do Norte; segundo, eles publicam textos, fotos, vídeos e memes na Internet sobre sua experiência migratória.

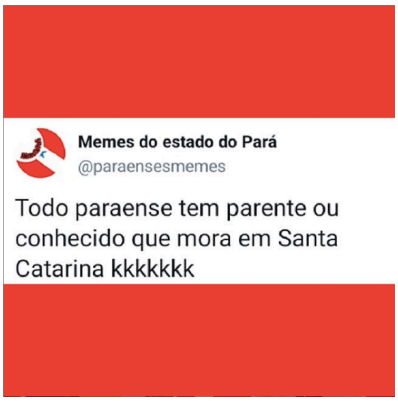


Fig. 1: Internauta ri da migração do Pará para Santa Catarina. Fonte: *Memes do estado do Pará*, Instagram.

Embora ainda não haja estatísticas sobre essa migração, pelos comentários online de paraenses que se mudaram ou planejam mudar-se para o Sul, parece que a maioria é de classe média baixa e está em busca de emprego e segurança. O desemprego e a alta criminalidade em Belém os leva a buscar oportunidades e tranquilidade em terras consideradas bem diferentes culturalmente: os nortistas são predominantemente pardos de ascendência indígena e negra, enquanto os sulistas são geralmente brancos de ascendência portuguesa, alemã, italiana e polonesa. Segundo seus relatos online, embora muitos migrantes sejam de cidades mais cosmopolitas que os municípios que os recebem, às vezes sofrem estereótipos,

Fig. 2: Mulheres paraenses em Curitiba transformam o estereótipo de que paraenses são indígenas em orgulho. Fonte: *As Paraenses em Curitiba*, Instagram.

preconceito e discriminação porque a população anfitriã assume que os nortistas são índios da floresta.

De acordo com pesquisa acadêmica (Penalva; Slater) e testemunhos de alguns internautas, muitos sulistas acreditam no estereótipo de que nortistas são menos cosmopolitas devido à imagem da Amazônia como floresta com índios. Porém, é interessante observar que alguns internautas reclamam da falta de opções de lazer no interior do Sul em comparação com Belém, por exemplo, os *shopping centers* fecham mais cedo. Ao mesmo tempo, muitos latifundiários estão se mudando para o norte rural em busca de oportunidades para o agronegócio (Adams, 2015; Baller and Pagliarini Jr., 2019). Portanto, a suposição de que o norte é "mato" e o sul é "moderno" deve ser repensada.

No mundo globalizado, os que têm acesso a recursos como Internet e meios de transporte rápidos podem experimentar uma compressão tempo-espaço, ou seja, comunicar-se em tempo real com alguém do outro lado do mundo ou pegar um avião. Porém, pessoas de diferentes grupos experimentam mobilidade de diferentes formas, sendo divididas entre: a) as que estão no comando porque têm o poder de definir o que significa a compressão tempo-espaço; b) as que iniciam fluxos entre fronteiras mas não estão no comando, como os refugiados venezuelanos no Brasil; c) as que recebem fluxos migratórios, como os donos de pensões que alugam quartos para imigrantes; d) as que estão aprisionadas por esses fluxos, como os amantes de futebol das classes baixas que conhecem todos os times nacionais e internacionais, mas não podem pagar a entrada dos jogos da copa do mundo nem em seu próprio país. Nesta conjuntura, a mobilidade de um muitas vezes

se baseia na imobilidade ou mobilidade forçada do outro (Massey).

No caso do êxodo urbano dos paraenses, os que migram ou desejam migrar experimentam uma compressão tempo-espaço advinda de injustiça social, especialmente da violência urbana. Belém é a terceira capital brasileira com mais homicídios, com 74,3 mortes por 100 mil habitantes e 1.072 homicídios registrados em 2017 (Cerqueira et al., 2019, p. 38). Em 2018, o Pará estava entre os Estados mais violentos devido à guerra entre facções criminais (Bueno & de Lima, 2019, p. 34) e em 2017, "todos os dez primeiros colocados estavam na parte de cima do mapa brasileiro" (*idem*, p. 36). Esse resultado reflete a divisão econômica, política e social entre o Norte e o Sul do Brasil, que leva ao desejo de migração dos belenenses para a região sulista.

Alguns internautas são críticos dessa desigualdade entre o Norte-Nordeste e o Sul-Sudeste, que certos críticos chamam de paulistocentrismo (Lima, 2019, p. 22): "Pra gente ver o tanto que nós somos roubados aí, porque a energia é nossa. A energia vem daí, né? As hidrelétricas estão aí. Vocês são os donos dessa energia. A gente, né? Pagamos um absurdo e depois a energia chega aqui, e o pessoal daqui paga muito mais barato." (Elaine, *Paraenses em Santa Catarina - O Dia a Dia*, YouTube, 23 Nov. 2019) Em resposta à pergunta de uma internauta, Elaine nega a existência de preconceito contra paraenses; ao mesmo tempo, ela reconhece a exploração do Norte pelo Sul que leva a diferentes níveis de acesso à água.

Por um lado, os belenses parecem ter o poder de escolha de migrar ou ficar; por outro lado, a violência urbana e falta de oportunidades em Belém não deixa reais escolhas. Essa população consegue percorrer uma longa distância em pouco tempo, mas não por liberdade de escolha e sim por necessidade. Em outras palavras, ela inicia fluxos migratórios mas não está no comando (Massey).

> É muito difícil falar sobre ir ou ficar. [...]
> Lá, é bom mas é ruim.
> Aqui, é ruim mas é bom.
> —Poema "Belém PA / Florianópolis SC" de Paulla Alcantara. Fonte: *Paraenses em Santa Catarina*, Facebook, 2019.

Apesar de muitos belenenses migrantes tentarem a sorte em capitais sulistas, alguns

acabam indo para municípios menores. A competitividade laboral, o custo de vida e a velocidade no ritmo de vida são geralmente maiores nas grandes cidades, tornando o interior atrativo para alguns paraenses. Quando converso com meus amigos de infância, muitos estão pensando em se mudar ou já se mudaram para o Sul. É o caso da minha melhor amiga de infância, uma nipo-brasileira com família na colônia japonesa de Santa Izabel do Pará, mas crescida em Belém.

Buscando uma vida mais pacata e segura para si, suas filhas e o resto da família, a minha amiga comprou uma casa em uma cidade de Santa Catarina com população estimada de 134 mil habitantes (IBGE, 2019). No quintal enorme, ela pode plantar uma ampla diversidade de árvores frutíferas, verduras e legumes, além de criar quatro animais de estimação, dessa forma recriando as memórias de infância no rancho de Santa Izabel. Em seu emprego no supermercado local, onde começou no cargo mais baixo, ela vê possibilidades para subir de cargo com otimismo. Ela encontra seus clientes diariamente onde quer que vá, mas seus únicos amigos próximos são um casal paraense que mora no mesmo município.

Comentei sobre essa história com uma amiga Mexicana-Americana cuja família mora em um rancho no interior do Colorado, Estados Unidos. Casada há anos, ela disse que não quer ter filhos porque as cidades grandes não oferecem uma rede de apoio para pais e crianças. Ela sente saudades da família e de criar galinhas, e toma a sério o testemunho de sua irmã, que ao mudar-se para a cidade se sentiu isolada e sem apoio para a criação do filho pequeno. Nessa ocasião, confessei a minha fantasia de morar em uma comunidade do interior com os meus amigos como vizinhos, onde eu poderia trabalhar para viver em vez de viver para trabalhar.

A migração de metrópoles para o interior em busca de uma vida mais pacata, com redes íntimas de apoio e de acordo com princípios ambientais de sustentabilidade está se tornando comum em muitos países desenvolvidos. No Japão, onde morte por excesso de trabalho (*karoshi* 過労死) tem preocupado a nação, há três tendências recentes: *I-turn*, em que pessoas nascidas e criadas na metrópole se mudam para o interior; *U-turn*, em que pessoas do interior voltam para sua cidade natal após um

período morando na metrópole; e *J-turn*, em que pessoas do interior vão morar na metrópole e depois voltam para o interior, mas não para a sua cidade de origem (Sasaki, 2018, p. 8). Na Espanha, muitos cosmopolitas têm criado eco-comunidades em áreas rurais por motivos ético-ambientais, ou por necessidade de reduzir seu custo de vida através da redução do consumo (Escribano et al., 2017). As análises tanto de Sasaki como de Escribano et al. apontam que as pessoas que sempre moraram na metrópole e se mudam para o interior são mais felizes do que aquelas que eram do interior e voltam para ele, em parte porque mesmo as vilas rurais já não são tão calmas quanto antigamente. Entretanto, em geral os habitantes das vilas são mais felizes que os das grandes metrópoles, o que também foi constatado na China (Yan & Spangenberg, 2018, p. 777).

Diferentemente da Espanha e do Japão, a migração de áreas urbanas para rurais nos Estados Unidos e na Austrália tem recebido críticas de pesquisadores, ativistas e populações locais porque a sua maioria é formada por brancos de classe média ou alta que podem piorar a situação de comunidades rurais com sua migração. Uma das possíveis consequências é a gentrificação rural (Phillis & Smith, 2018), em que a migração da cidade para o interior está ligada ao abandono das áreas rurais pela população local, que já não pode ficar em sua morada original devido ao alto custo de vida ou à falta de oportunidades causados pela exploração do rural pelo urbano. Esse olhar crítico passa despercebido por muitos pesquisadores devido ao metrocentrismo (tendência a interpretar fenômenos sociais somente ou principalmente pelo ponto-de-vista urbano) e à urbanormatividade (tendência a apresentar o urbano como o padrão normal e superior, em relação ao qual o rural é comparado) (*idem*). Ambos apagam as vozes das populações rurais e indígenas, que muitos intelectuais das classes privilegiadas tratam como objetos de estudo em vez de agentes de mudança, com uma atitude arrogante que Dhawan (2013) chama de cosmopolitismo coercivo.

Em sua análise do Tiny House Movement (movimento de casas minúsculas), Colombini (2019) observa que a mudança para residências minúsculas é capaz de abrir rupturas na ideologia consumista dos EUA, mas não pode mudar fundamentalmente o sistema capitalista neoliberal do país. Ainda

assim, ela crê que o poder discursivo do movimento vale a pena. Rodriguez (2018) chega a uma conclusão similar em sua pesquisa sobre o movimento minimalista estadunidense: em geral, os minimalistas buscam mudanças em seu estilo de vida com foco no nível micro (bem-estar pessoal, individual ou psicológico), ignorando as lutas sociais no nível macro contra os sistemas opressivos que geram a infelicidade, que por sua vez criam o desejo de mudança de vida.

Além disso, o discurso minimalista foi co-optado por grandes corporações e governos para manter o *status quo*, por exemplo, a indústria de construção (a mais poluidora do mundo) está lucrando com a venda de casas minúsculas através de publicidade que promete uma vida mais sustentável, simples e feliz. De acordo com a Teoria da Co-optação (Drew & Gottschall, 2018), a co-optação é um processo pelo qual uma ideologia pela mudança radical de um sistema injusto para uma estrutura alternativa mais justa, ao ser apropriado por instituições poderosas como companhias privadas e governos, torna-se domesticada (mansa, subjugada) e dessa maneira perde o seu potencial de mudança fundamental no tecido social.

Em países do Sul Global, a migração para áreas rurais geralmente se deve a ofertas de emprego na construção de grandes obras de infraestrutura, mineração, produção extrativista, etc. Por exemplo, muitos paraenses migraram para cidades menores no interior do Estado como Belo Monte e Tucuruí por esse motivo. Outros vão para municípios menos populosos no Amapá, onde o crescimento econômico abre posições empregatícias. Recentemente, o destino mais popular entre os belenenses com o meu perfil parece ser Santa Catarina. O que esse ímpeto migratório significa para pessoas como eu?

Sou nipo-brasileira, nascida em São Paulo e criada em Belém, com diploma universitário, tenho entre 30 e 40 anos de idade e sou de esquerda. Todas as pesquisas citadas acima indicam que sou a candidata típica para a migração urbana-rural em termos de classe sócio-econômica, idade e comprometimento ideológico. Porém, o meu uso de teorias decoloniais (Tuck & Yang, 2012) vão de encontro ao meu almejo de mudar para um município pequeno nas Américas, porque essas terras são indígenas por princípio. A decolonização da mente não é suficiente; nós, colonos, temos que

devolver terras àqueles de quem os colonizadores as roubaram.

O compromisso de devolver terras é complexo especialmente para os colonos de cor, como os imigrantes japoneses e seus descendentes, e particularmente os negros cujos ancestrais foram trazidos à força em navios negreiros. Aplicando a auto-etnografia, Yee (2016) reflete sobre a sua condição de colona na Nova Zelândia, que os aborígenes chamam de Aotearoa. Por um lado, tanto os aborígenes como os imigrantes chineses sofrem racismo dos brancos; por outro lado, os imigrantes estão ocupando terras indígenas.

Chandrashekar (2018) reconhece essa complexidade ao aplicar auto-etnografia para refletir sobre o seu papel neo-colonizador não-intencional como um estudante de doutorado indiano em terras estadunidenses, onde a maioria dos indígenas vive em extrema pobreza—alguns em situação de rua nas cidades, outros confinados em reservas indígenas sem recursos. Ao perceber a contradição entre sua pesquisa embasada no pós-colonialismo e os movimentos sociais que perpetuam a contínua colonização de terras indígenas, Chandrashekar escolheu tornar-se um aliado de ativistas nativos no movimento *(Un)Occuppy Albuquerque* em vez do *Occuppy Wall Street*. Ou seja, se Wall Street pertencia aos nativos e hoje serve capitalistas brancos, por quê reocupá-lo em vez de desocupá-lo? Só através do anti-colonialismo podemos imaginar uma sociedade não-colonial.

Conclusão

Através da auto-etnografia e da análise de discurso com base na teoria decolonial, este trabalho investigou o desejo de migração da área metropolitana de Belém para o sul do Brasil, especialmente municípios menores. Essa migração do meio urbano para o rural significaria para a autora, que é professora universitária e nipo-brasileira, uma decisão tanto anti-capitalista quanto colonial. Ao mesmo tempo, a maioria dos migrantes paraenses é de classe média baixa e ascendência cabocla, e vai para o sul em busca de empregos não-especializados, menor custo de vida e menos violência urbana. Portanto, privilégios de classe e raça influenciam as oportunidades diferenciadas entre os que se mudam mais por ideologia do que por necessidade de sobrevivência.

Este projeto busca iniciar uma investigação sobre a recente onda de migração do Pará para o Sul do Brasil, que apesar de ser muito falada em meios informais como as redes sociais, ainda não entrou para a agenda acadêmica ou jornalística. Além disso, o trabalho visa contribuir para estudos decoloniais de migração dentro do Sul Global que criticam o metrocentrismo e a urbanormatividade.

Referencias

Adachi, N. (2017) *Ethnic capital in a Japanese Brazilian commune: children of nature*. Lanham, MD: Lexington Books.

Adams, R. T. (2015) Neoliberal environmentality among elites: becoming "responsible producers" in Santarém, Brazil. *Culture, Agriculture, Food and Environment*, *37*(2): 84-95.

Baller, L. & Pagliarini Junior, J. (2019) Uma leitura sobre as novas configurações migratórias: análise no/do tempo presente em narrativas orais e de jornais. *Revista Territórios e Fronteiras*, *12*(1): 123-150.

Barbero, J. M. (2010) *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. 6th edition. Barcelona, Spain: Anthropos Editorial.

Bueno, S. & de Lima, R. S. (2019) Anuário brasileiro de segurança pública. *Fórum Brasileiro de Segurança Pública*, *13*: 1-217.

Cerqueira, D., de Lima, R. S., Bueno, S., Alves, P. P., Reis, M., Cypriano, O., & Armstrong, K. (2019) Atlas da violência: retratos dos municípios brasileiros. Rio de Janeiro, Brazil: *Ipea* & *FBSP*.

Chandrashekar, S. (2018) Not a metaphor: immigrant of color autoethnography as a decolonial move. *Cultural Studies* 🔄 *Critical Methodologies*, *18*(1): 72-79.

Colombini, C. (2019) The rhetorical resistance of tiny homes: downsizing neoliberal capitalism. *Rhetoric Society Quarterly*, 1-23.

Côrtes, J. C. & D'Antona, Á. O. (2016) Agricultural frontier in contemporary Amazonia: rethinking the paradigm on the basis of population mobility in Santarém, Pará. *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi*, *11*(2): 415-430.

Dhawan, N. (2013) Coercive cosmopolitanism and impossible solidarities. *Qui Parle*, *22*(1): 139-166.

Drew, C. & Gottschall, K. (2018) Co-optation of diversity in nationalist advertising: a case study of an Australian advertisement. *Continuum*, *32*(5): 581-593.

Escribano, P., Lubbers, M. J. & Molina, J. L. (2017) Becoming part of an eco-community: social and environmental activism or livelihood strategy? *Social Sciences*, *6*(148): 1-16.

Fernandes, B. M. (2013) Re-peasantization, resistance and subordination: the struggle for land and agrarian reform in Brazil. *Agrarian South: Journal of Political Economy*, *2*(3): 269-289.

Hall, S. (Ed.). (2003) Representation: cultural representations and signifying practices. London, UK: Sage.

Lima, M. E. (2019) A grande esperança: política agrária na canção sertaneja durante a ditadura militar (1964-1985). *Sociologia e Antropologia*, *9*(1): 211-234.

Matsue, R. & Shoji, R. (2018) The Japanese Brazilian community: diversity and creativity of circular migrations. *The Diasporas*, 37-39.

McLuhan, M. (1964) Understanding media: the extensions of man. New York, NY: McGraw-Hill.

Penalva, L. K. C. (2019) Estereótipo e representação na Amazônia Brasileira. *SAPPIL*, *9*: 574-584.

Phillips, M. & Smith, D. P. (2018) Comparative ruralism and "opening new windows" on gentrification. *Dialogues in Human Geography*, *8*(1): 51-58.

Rodriguez, J. (2018) The U.S. minimalist movement: radical political practice? *Review of Radical Political Economics*, *50*(2): 286-296.

Sasaki, H. (2018) Do Japanese citizens move to rural areas seeking a slower life? Differences between rural and urban areas in subjective well-being. *Bio-based and Applied Economics*, *7*(1): 1-17.

Scandar Neto, W. J. (2017) *Classificação e caracterização dos espaços rurais e urbanos do Brasil: uma primeira aproximação*. Rio de Janeiro, Brazil: IBGE.

Seraphin, B. (2017) "Paiutes and Shoshone would be killed for this": whiteness, rewilding, and the Malheur occupation. *Western Folklore*, *76*(4): 447-478.

Sharma, S. (2008) Taxis as media: a temporal materialist reading of the taxi-cab. *Social Identities*, *14*(4): 457-464.

Slater, C. (2015) Visions of the Amazon: what has shifted, what persists, and why this matters. *Latin American Research Review*, *50*(3): 3-23.

Stefaniu, W. (2016) Do arcadismo ao romantismo: similitudes e especificidades na construção do cânone nacional. *Revista de*

Literatura, História e Memória, *12*(20): 221-239.

Towns, A. R. (2016) Rebels of the underground: media, orality, and the routes of black emancipation. *Communication and Critical/Cultural Studies*: 1-14.

Tuck, E. & Yang, K. W. (2012) Decolonization is not a metaphor. *Decolonization: Indigeneity, Education & Society*, *1*(1): 1-40.

Vieira, P. (2012, August 18) Nego Uróia, criador do carimbó. *Blogspot*. Retrieved from http://pablofeijovieira.blogspot.com/2012/08/nego-uroia-criador-do-carimbo.html

Yan, B. & Spangenberg, J. H. (2018) Needs, wants and values in China: reducing physical wants for sustainable consumption. *Sustainable Development*, *26*: 772-780.

Yee, G. (2016) Speaking as a settler Chinese woman in Aotearoa, New Zealand: an "utterly charming picture of Oriental womanhood". *Hecate*, *42*(1): 7-30.

Contribuições para pensar as relações estabelecidas entre documentaristas e líderes-comunicadores folk

Contribuciones para pensar sobre las relaciones establecidas entre los documentalistas y los líderes-comunicadores folk

Contributions to think about the relationships established between documentary filmmakers and folk-leaders

Thífani Postali [279]

Palabras-chave: folkcomunicação, documentário, líder-comunicador.

Palabras Clave: folkcomunicación, documental, líder-comunicador.

Introdução

De acordo com Nichols (2005), documentário é um gênero cinematográfico que, diferentemente das produções ficcionais, intenciona representar o mundo histórico, apresentando fragmentos de realidades. Deste modo, sabemos que filmes documentários são representações realizadas a partir da leitura de mundo de seu realizador. É por esse motivo que o trabalho tem como objetivo estudar as relações estabelecidas entre documentaristas e líderes-comunicadores folk (BELTRÃO, 1980), a fim de identificar se as relações representadas nos filmes são resultantes da ética dialógica (BUBER, 1974) ou se são narrativas que contemplam especialmente o olhar do documentarista ou dos atores sociais. No caso deste estudo, os líderes-comunicadores são os hip hoppers[280] representados em documentários nacionais, que falam a partir de suas localizações sociais.

Importa esclarecer que utilizaremos os termos sujeitas e sujeitos periféricos (D'ANDREA, 2020) no lugar de indivíduo marginal, decorrente dos estudos da folkcomunicação (BELTRÃO, 1980). A

[279] Doutoranda em Multimeios pela Unicamp – Brasil. Mestra em Comunicação e cultura pela Uniso, Brasil. Professora da Uniso. Autora de Blues e hip hop: uma perspectiva folkcomunicacional (2011). E-mail: thifani.postali@prof.uniso.br

[280] Hip hoppers são os membros do hip hop.

escolha sobre a substituição do termo se dá a partir dos estudos de D'Andrea (2020) que esclarece que o termo periférico foi ressignificado pelas vozes da experiência a partir da década de 1990. Mulheres e homens passaram a adotar e a se reconhecerem a partir dos termos sujeitas e sujeitos periféricos, assumindo uma postura política. Do mesmo modo, utilizaremos o termo território periférico no lugar de território urbano marginalizado (BELTRÃO, 1980), considerando o termo que advém das pessoas que habitam esses locais. A partir de referências mais atualizadas, acreditamos que o termo *periférico* tornou-se o mais adequado na contemporaneidade, pois é reconhecido pelas vozes da experiência abordadas neste trabalho.

O recorte deste artigo se dá a partir de documentários que utilizam o hip hop como tema central de suas produções. Surgido no bairro de Bronx, Nova Iorque (EUA), o hip hop é um movimento cultural que busca, especialmente, a transformação dos territórios periféricos, utilizando elementos culturais como música (rap), dança (break), grafite, mc, dj etc. para combater a criminalidade através do compromisso com a conscientização social (POSTALI, 2011).

Por esse motivo, optamos por filmes que abordam o movimento, considerando que a postura comunicativa dos hip hoppers pode facilitar a relação de reciprocidade entre documentaristas e atores sociais folk. Como metodologia, o trabalho faz uso de pesquisa bibliográfica e análise fílmica descritiva sobre os documentários *Fala Tu (2003)* e *Aqui Favela: o rap representa (2003)*. A escolha dos documentários se deu pela diferença na abordagem e pela proximidade de tempo das produções.

Buscamos apresentar como as produções documentárias brasileiras, que abordam os territórios periféricos, indicam diferentes narrativas que podem ser resultantes de relações que revelam se houve ou não a ética dialógica entre documentaristas e líderes-comunicadores folk. A intenção é pensar a importância das relações humanas para a produção de filmes e outras mídias que tenham como intenção provocar alteridades.

Sujeitas e sujeitos periféricos líderes-comunicadores folk

Para entendermos as sujeitas e sujeitos periféricos a que este trabalho se refere, recorreremos aos estudos da folkcomunicação acerca dos líderes-comunicadores folk. De acordo com Beltrão

(1980), a folkcomunicação é a comunicação dos marginalizados. Com relação à produção cultural com intenção social, Beltrão (1980) se refere aos grupos culturalmente marginalizados que tanto podem estar nos ambientes rurais quanto urbanos. Para o autor, o que caracteriza esses grupos é que seus indivíduos são agentes de comunicação que contestam os princípios, a moral ou a estrutura social vigente que o excluí, e são chamados de líderes-comunicadores folk. Como o nosso trabalho se debruça sobre a produção que se dá no ambiente urbano, nos estenderemos às considerações sobre esse espaço.

Entendemos que a postura dos líderes-comunicadores folk está intrinsicamente ligada ao que D'Andrea (2020) chama de consciência periférica. Segundo o autor, até 1980, o termo periferia era carregado de significados generalistas, negativos, preconceituosos, o que impactava no próprio olhar da população periférica sobre o seu espaço. O ressignificado do termo ocorreu na década de 1990, a partir de produções culturais periféricas que mencionavam o lugar social das sujeitas e sujeitos da periferia, especialmente, por meio do grupo de rap Racionais MC's que ressignificou, reafirmou e publicizou o termo nas periferias de todo o Brasil. Há, portanto, o surgimento da consciência periférica que inclui produção cultural e potência, oferecendo novas perspectivas acerca dos territórios.

Entendemos, portanto, que os (as) líderes-comunicadores (as) folk são sujeitas e sujeitos periféricos que assumem a postura de agentes de transformação de suas localizações sociais. Quando levamos essa perspectiva para o movimento hip hop, entendemos que os hip-hoppers são lideranças comunicacionais dos territórios periféricos.

As relações entre documentaristas e atores sociais nos filmes documentários

Ao levarmos essa discussão para a reflexão sobre a produção de filmes documentários com foco na cultura hip hop, consideramos que os atores sociais já são agentes de comunicação, conscientes de suas localizações sociais e dispostos a falar. Partindo da constatação de que a maioria dos documentários nacionais que abordam os territórios periféricos são produzidos por cineastas não pertencentes ao grupo social representado, buscamos pensar, a princípio, sobre a importância das relações humanas, pois os documentários, especialmente os de

subgênero participativo (NICHOLS, 2005), em que a narrativa envolve a participação do documentarista, são resultados de relações humanas.

Para Buber (1974), a ética dialógica é a chave da vida humana, sendo que ela só ocorre a partir da responsabilidade e respeito do ser humano sobre o *Outro* e sobre as coisas do mundo. Deste modo, a ética dialógica ocorre na relação *Eu-Tu*, onde o Eu é complementar ao *Outro*, promovendo a vinculação entre os seres que se dá por meio da postura ética.

Buber (1982) esclarece que os seres humanos se relacionam com o mundo de forma ética e não ética. Para o autor, a postura ética se dá na relação *Eu-Tu*, que entende o *Outro* como não classificável, como aquele que, respectivamente, recebe e também exerce a ação. Por outro lado, a postura não ética se dá a partir da ordenação e classificação das coisas do mundo. Buber (1974) reconhece que o ser humano não consegue viver sem a ordenação do mundo, no entanto, chama a atenção para o fato de que aquele que vive somente com as classificações não está disposto a viver na autenticidade. A essa relação, ele chama de *Eu-Isso*. Para o autor, todo ser humano assume ambas as posturas, pois ninguém é puramente pessoa ou egótico. No entanto, os indivíduos possuem dimensões preponderantes, passíveis de serem detectadas.

É a partir dessas considerações que passaremos a refletir sobre os filmes documentários propostos para este trabalho, apresentando situações que podem indicar às possíveis relações *Eu-Tu* e *Eu-Isso.* Cabe ressaltar que, assim como nenhum ser humano é puramente pessoa ou egótico, as narrativas também não apresentam exclusivamente as relações *Eu-Tu e Eu-Isso.* No entanto, o resultado final pode apontar para a preponderância de uma ou outra relação.

Iniciaremos com o filme *Fala Tu* (2003), dirigido por Guilherme Coelho, obra que já abordarmos em outras ocasiões, a partir de outros recortes. O filme apresenta a vida de três rappers cariocas, sendo eles Macarrão, Thogum e Combatente, e que vivem em diferentes territórios periféricos localizados na cidade de Rio de Janeiro.

No que se refere a representação da cultura periférica, o hip hop aparece em segundo plano, sem a exploração do movimento enquanto ferramenta de comunicação das sujeitas e sujeitos periféricos apresentados no filme. As cenas

que abordam hip hop ocorrem em diálogos do documentarista com os atores sociais, geralmente, em casas e estúdios de gravação. Não há abordagem dos rappers enquanto líderes-comunicadores de seus grupos sociais, pois são apresentados de forma isolada, sem o contato com o público ou em apresentações musicais.

Neste documentário, a relação entre o documentarista e os atores sociais se dá de diferentes formas. Thogum é o rapper que parece ter melhor relação com o documentarista. É sorridente, se dirige à equipe de filmagem, chora e conta sobre diversos momentos de sua história. Por outro lado, Macarrão parece se incomodar com a presença da câmera em inúmeras situações apresentadas. Em uma das cenas, ele responde às perguntas do documentarista enquanto joga videogame. Pouco olha em direção à câmera. Suas falas são curtas, aparentemente desmotivadas. O documentarista pergunta ao rapper se a música dele é de bandido – olhar do senso comum sobre o rap.

A rapper Combatente, por sua vez, aparece com o grupo de rap Negativas. Em suas cenas o cinegrafista faz uso de planos detalhe para apresentar partes de seu corpo, como orelhas, boca e seios. Em uma das primeiras cenas, enquadra-se a rapper entrando numa residência que possui a faixa com os dizeres "vigilantes do peso"[281]. O enquadramento claramente foi proposital, pois a faixa está muito acima da localização da pessoa. Combatente não busca o serviço oferecido, a residência é o local de ensaio de seu grupo.

Os três rappers apresentam canções que tocam em questões sociais específicas de suas localizações sociais. Macarrão discorre sobre a humilhação dos familiares quanto visitam parentes que estão presos; Thogum fala sobre a importância de o negro valorizar sua cultura; Combatente sobre os problemas enfrentados pelas sujeitas periféricas. No entanto, o documentarista, na maioria das vezes, não desenvolve diálogos sobre os assuntos escolhidos pelos atores sociais líderes-comunicadores. É certo que cada qual escolheu a canção que julgou melhor ser apresentada num filme documentário, para um público maior e mais diverso. Thogum é um homem negro pobre, solitário e com trabalho subalterno. Boa parte de sua representação se dá a partir de seus relatos

[281] Combatente é uma jovem negra, de estatura baixa e pode ser considerada acima do peso quando pensamos a partir do peso compreendido como ideal.

sobre os problemas familiares enfrentados no passado e a situação de seu pai que está muito adoecido, no leito do hospital público. No final do filme, o pai falece. Macarrão é o ator social que mais aparece no filme. Acreditamos que essa escolha se dá pelo fato de sua esposa falecer durante o parto, enquanto ocorria a produção do filme. No Bônus (2003) o ator revela sua insatisfação com o tratamento do filme. Combatente é representada através dos desentendimentos com as integrantes do grupo Negativas, e no culto de Santo Daime[282], uma religião que causa bastante controvérsia no Brasil, pelo uso da bebida à base de ayahuasca.

O DJ A é o quarto ator social que surge na narrativa de forma aleatória. Em uma gravação com Macarrão recebe a notícia de que seus instrumentos foram roubados. O diretor, então, passa a acompanhar o drama do DJ que demosntra estar incomodado com a câmera e, inclusive, faz uso dela para mandar recado para os criminosos, o que é incluído no filme.

Cabe ressaltar que todos os atores sociais hip hoppers que aparecem na obra são líderes-comunicadores da consciência periférica, uma vez que as letras das músicas revelam a atitude de resistência. No entanto, esses conteúdos não são explorados pelo documentarista que escolheu reproduzir o senso comum sobre os problemas enfrentados pelas sujeitas e sujeitos periféricos em seus cotidianos.

Posto assim, *Fala Tu* traz ao debate a filosofia buberiana, a partir da relação *Eu-Isso.* Neste sentido, de modo geral, o documentário aponta para uma relação desequilibrada, situação em que as acepções do documentarista são dominantes. O Eu assume a postura egótica ao olhar para o *Outro* de modo classificável, como um objeto que contribui para o seu discurso que, por meio da linguagem documental, fala para espectadores de seu grupo social.

Como contraponto, apresentaremos as considerações sobre o documentário Aqui Favela: o rap representa que podem ser reveladoras de uma relação ética entre documentarista e atores sociais. Dirigido por Júnia Torres e Rodrigo Siqueira, o filme apresenta, especialmente, hip-hoppers de diferentes cidades dos Estados de São Paulo e Minas Gerais (Brasil), entre outros como o fundador do movimento, o Afrika Bambaataa.

[282] Manifestação religiosa brasileira, espiritualista, surgida na região amazônica nas primeiras décadas do século XX. Sua doutrina já recebeu inúmeras críticas por fazer uso sacramental de uma bebida enteógena, à base de ayahuasca.

Os atores sociais são sujeitas e sujeitos periféricos que falam sobre seus trabalhos com o hip hop e a importância do movimento nas comunidades, além de seus problemas dentro e fora da manifestação cultural.

É possível observar aprofundamento nos assuntos. Temas que envolvem as comunidades e que estão nas narrativas generalistas, são abordados sob a ótica dos atores sociais que falam a partir de suas experiências.

A abordagem do filme se dá no hip hop, na relação dos atores sociais com o movimento, incluindo as considerações acerca da conscientização social, discurso de crítica social, resgate de jovens que se envolveram com a criminalidade ou com o uso de drogas e suas potencialidades enquanto trabalho. Ao contrário da abordagem de *Fala Tu*, que apresenta os rappers como indivíduos frágeis a partir de suas fraquezas, em *Aqui Favela*, tanto os rappers reconhecidos apenas localmente, como os reconhecidos nacionalmente, aparecem como líderes-comunicadores e também agentes de transformação de seus territórios.

Uma cena bastante significativa é o acompanhamento dos documentaristas nas negociações dos rappers com a prefeitura da cidade de Jandira, interior de São Paulo, Brasil. Na ocasião, eles buscam patrocínio a partir da verba destinada à cultura, para a apresentação dos grupos de rap da região. As cenas e o depoimento de Jorge, membro do grupo Interferência, demonstram o desinteresse do poder público sobre a cultura periférica, pois, ainda que ela intencione transformação social, a verba é distribuída em eventos como festa junina, vôlei de areia etc.

Os documentaristas, especialmente Junia, aparece em falas e em imagens, caminhando juntos com os atores sociais. Convites amistosos dos hip hoppers para que a equipe entre em suas casas, bem como a representação deles com suas famílias apresentam que os produtores buscaram ao máximo a aproximação respeitosa com os atores sociais. Em *Aqui Favela*, os líderes-comunicadores são filhos, irmãos, pais e amigos. Em uma cena, um rapper segura a sua bebe, enquanto fala da importância de usar o hip hop para cuidar e deixar um legado para a sua filha, pois não quer que ela viva com a dor de não ter um pai.

As sujeitas periféricas também aparecem com mais frequência e potência. Nas filmagens que ocorrem nas casas dos rappers, as mães participam com depoimentos ou em cenas que comentam

alguma fala dos filhos[283] ou os cumprimentam em chegadas e partidas. Parecem mães presentes e atentas. Com relação às sujeitas hip hoppers, há a representação de dois grandes nomes do rap nacional, sendo a Lady Rap e a Sherylaine. Elas falam sobre a importância do movimento e os problemas enfrentados por elas pelo fato de serem mulheres na cena do hip hop. Elas dizem que os homens criticam o preconceito, mas que fazem o mesmo internamente, quando se referem as produções femininas. Então, cantam músicas que também expressam o machismo existente no movimento.

Cabe ressaltar que essas abordagens são bastante significativas, uma vez que, em pesquisas já realizadas sobre a representação das mulheres nos documentários nacionais (POSTALI, 2020), detectamos que há ausência delas na maioria das produções realizadas nos anos 2000, período de muita produção acerca do tema. A ausência se dá na representação de líderes-comunicadoras e também de outras sujeitas periféricas que não necessariamente envolvidas no movimento hip hop. *Aqui Favela*, no caso, é a produção que mais bem representa as sujeitas periféricas, ainda que haja pouca abordagem quando comparada a quantidade de sujeitos.

O documentário, portanto, contempla as situações dos territórios periféricos a partir das vozes da experiência. Os (as) líderes-comunicadores (as) são sujeitas e sujeitos periféricos que usam os elementos do hip hop para promover a consciência periférica, para valorizar a cultura e assumirem uma postura ativa para a resolução de parte de seus problemas e dos problemas locais. O conteúdo geral do filme indica que ele é resultado de relações éticas entre os documentaristas e atores sociais, uma vez que todos (as) os (as) hip hoppers demonstram respeito, proximidade e interação equilibrada com os documentaristas. O *Eu*, neste caso, assumiu a postura de *pessoa*, estabelecendo a relação de reciprocidade ao tratar o *Outro* como complementar e não objeto de seu produto.

Assim, através de uma análise descritiva que envolve observações sobre os elementos das narrativas cinematográficas, detectamos a postura dos documentaristas que revelam diferentes posições. Em *Fala Tu*, é possível observar um olhar externo e atento a elementos das cenas que parecem exóticos aos olhos do documentarista. As pessoas são

[283] Nos referimos ao masculino porque essas abordagens ocorreram apenas em cenas com os hip hoppers.

classificáveis, sendo que os recortes selecionados revelam um tratamento generalista, muito comum nas narrativas dominantes que abordam os territórios periféricos. O filme, portanto, aponta para a relação *Eu-Isso.*

Em *Aqui Favela: o rap representa*, o tratamento dado aos atores sociais e seus conteúdos foram cuidadosamente assimilados ao tema central do filme que é o movimento hip hop. Em diversos aspectos da narrativa, é possível identificar a intenção respeitosa dos diretores, o que é revelado também na proximidade estabelecida entre as partes. As sujeitas e sujeitos periféricos são apresentados em suas potencialidades, como líderes-comunicadores de seus territórios. Esse filme, portanto, é revelador da relação *Eu-Tu*, que entende o *Outro* como complementar, e não classificável.

Importa esclarecer que este documento foi produzido com base nas considerações da tese da autora, e que está em fase de finalização. Ambos os filmes são abordados na tese, com mais profundidade, para explicar as relações estabelecidas entre documentaristas e atores sociais, incluindo conceitos criados a partir da filosofia buberiana e a proposta de elementos teóricos para a análise e produção de filmes documentários que tenham como intenção abordar questões sociais. Assim, este estudo buscou lançar luz à novas considerações, indicando que há possíveis caminhos para a análise e produção de narrativas midiáticas que tenham como intenção produzir representações mais éticas sobre o *Outro.*

Referências

Aqui favela: o rap representa. 80 min, 2003. Direção: Júnia Torres e Rodrigo Siqueira, Fotografia: Leo Ferreira. Edição: Júnia Torres e Rodrigo Siqueira.

BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

BUBER, Martin. Eu e Tu. Introdução e Tradução de Newton Aquiles. Von Zuben. 2. ed. São Paulo: Moraes, 1974.

_____. Do Diálogo e do Dialógico. São Paulo: Perspectiva, 1982.

Fala Tu. 74 min, 2003. Direção: Guilherme Coelho. Fotografia: Alberto Bellezia Edição: Guilherme Coelho, Mano Thales, Maurício Andrade Ramos, Nathaniel Leclery.

FREIRE, Marcius. Documentário: ética, estética e formas de representação. São Paulo, Annablume, 2011.

NICHOLS, Bill. Introdução ao documentário. Campinas, SP: Papirus, 2005.

POSTALI, Thífani. Blues e Hip Hop: uma perspectiva folkcomunicacional. Jundiaí: Paco Editorial, 2011.

_____. A invisibilidade da mulher no hip hop: Uma análise sobre documentários dos anos 2000. Revista Comunicação, Cultura e Sociedade – RCCS. 0ª Edição Ano 10 2019/20 A 0032 Dossiê “Comunicação, Cultura e Sociedade” 10ª Edição Ano 10 2019/20. Disponível em: <https://periodicos.unemat.br/index.php/ccs/article/viewFile/4302/3566?fbclid=IwAR38YnNNhK7xnsD_dcNVBP466tweutMjEnY4ZMv9EttImJ3i9F2uV-RfMu8>. Acesso em 25 de jun. de 2020.

#Migrarlamirada: os imaginários na representação dos processos migratórios a partir dos dados e os desafios para uma cidadania comunicativa intercultural

#Migrarlamirada: imaginarios en la representación de procesos migratorios a partir de datos y los desafíos para una ciudadanía comunicativa intercultural

Raiana da Silva Rodrigues [284]

Fabricio Barili [285]

Resumo: O texto tem como objetivo refletir, de modo teórico, as possibilidades de uma cidadania comunicativa intercultural em narrativas produzidas nas plataformas de redes sociais, como o Facebook, a partir da dataficação dos processos migratórios na América Latina. Por meio da análise das diferentes representações dos processos migratórios, analisamos de que maneira as postagens relatam a jornada do migrante e como a imagem deste chega àqueles que recebem o conteúdo. A partir da discussão teórica, reconhecemos como essencial traçar diferentes olhares para outras narrativas que considerem as dimensões complexas do migrante.

Palavras chave: Dataficação, Migrações, Ética Intercultural.

Abstract: El texto pretende reflejar, teóricamente, las posibilidades de una ciudadanía comunicativa intercultural en narrativas producidas en plataformas de redes sociales, como

[284] Mestranda do Programa de Pós-Graduação Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Membro da linha de pesquisa Cultura, Cidadania e Tecnologias da Comunicação, Bolsista do Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Brasil, rai.srodrigues20@gmail.com.

[285] Mestrando do Programa de Pós-Graduação Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Membro da linha de pesquisa Cultura, Cidadania e Tecnologias da Comunicação, Bolsista do Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Brasil, fabriciobarili@gmail.com.

Facebook, a partir de la dataficación de los procesos migratorios en América Latina. A través del análisis de las diferentes representaciones de los procesos migratorios, analizamos cómo las publicaciones informan sobre el recorrido del migrante y cómo la imagen del migrante llega a quienes reciben el contenido. Desde la discusión teórica, reconocemos como fundamental trazar diferentes perspectivas para otras narrativas que consideren las complejas dimensiones del migrante.

Palabras Clave: Dataficación, Migraciones, Ética intercultural

Introdução

As reflexões aqui desenvolvidas problematizam alguns olhares sistêmicos produzidos por narrativas em plataformas de redes sociais, o que possibilita pensar novas produções e formas de relatá-las a partir da cidadania comunicativa intercultural.

Para tanto, propomos um olhar sobre as representações midiáticas dos migrantes latino-americanos, construídas a partir do jornalismo de dados, para refletirmos sobre questões vinculadas à cidadania comunicativa intercultural. Paralelamente, buscamos explorar produções de narrativas no Facebook que tematizassem as migrações na América Latina, no esforço de analisar os modos como os dados constroem discursivamente os fluxos migratórios no contexto da América Latina, com destaque para as migrações intrarregionais, sentido sul-sul.

Ao perspectivar o olhar de modo teórico, problematizamos os conceitos de dataficação, refletindo sobre os processos de coleta de dados (Van Dijck, Poel, & Waal, 2018), e as representações realizadas em plataformas de redes sociais para compreender como se articulam os conteúdos postados, mediados pelos algoritmos e *affordances*[286] (Lim, 2020; Risam, 2019; Sánchez-Monedero, 2018). Exploramos também a noção de cidadania

[286] Affordance, sem tradução literal para o Português, é a capacidade dos sujeitos identificarem as permissões que um determinado objeto ou software permite realizar. Por exemplo: em uma caixa de comentários do Facebook, é possível escrever textos, colar imagens, postar gif, inserir links, mas não é possível inserir documento para download. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Affordance.

comunicativa intercultural para pensarmos como se dá a inter-relação das narrativas de migrantes em redes sociais originadas pela datafication e os sujeitos comunicantes (Cortina, 2005).

Para contextualizar a pesquisa, partimos da apresentação do cenário geral e de dados mais recentes das migrações na América Latina, durante o período de 2010-2020[287]. Em seguida, tratamos das bases teóricas e do percurso metodológico da pesquisa para, então, trazermos as principais reflexões decorrentes deste processo.

Caos instaurado

Desde as primeiras formas de sociedade, as migrações ocorrem por diversos motivos, sendo uma delas a busca por melhores oportunidades de emprego, mas, principalmente ocorre em função de conflitos, pobreza, crise econômica, entre outros.[288]

Em de 2010-2019 a migração foi de 50.860.196 – um acréscimo de 7,77% em relação ao período anterior[289]. Atualmente, os migrantes representam 3,5% da população mundial e 1,8% da América Latina. Analisando apenas o período de 10 anos (2010-2020), podemos constatar que o fluxo de migrantes[290] da Ásia (-15.60) é maior do que o número das saídas de latino-americanos (-5.437) e africanos (-6.576) juntos. Enquanto na Europa, América do Norte e Oceania há a representação de um grande fluxo de entrada de indivíduos provenientes de outras áreas, o cenário apresentado pela ONU mostra as migrações

[287] A escolha para este período de análise (2015-2020) vai ao encontro da proposta de pensar as tecnologias de informação e comunicação (TIC's) com a popularização da internet móvel a partir da disponibilização de redes 3G e, posteriormente, a 4G ao redor do mundo. Esses elementos propiciaram o desenvolvimento de diferentes aplicações móveis responsáveis pela produção e coleta de dados. Outro fator considerado foi o aumento de usuários na plataforma da rede social Facebook a partir do ano de 2010, com 550 milhões de contas, sabendo que hoje ultrapassamos a marca de 2,7 bilhões perfis. Desta forma, ao olharmos para este cenário, consideramos intrigante explorar outras possibilidades de narrativas sobre os migrantes na América Latina produzidas a partir dos dados coletados e publicações realizadas.

[288] Uma das principais bases de informação no mundo, a ONU, analisa os dados de acordo com o material coletado e disponibilizado por cada país, tornando-se dependente da qualidade da informação fornecida.

[289] Em relação ao período 2000-2010. IOM: World Migration Report 2020. Disponível em: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/wmr_2020.pdf.

[290] Número líquido de migrantes, de ambos os sexos, em milhares. Observamos os dados a partir da aplicação de filtro de tempo (2010-2020) e analisamos em planilha de Excel. Você pode conferir esses e outros dados em: https://population.un.org/wpp/DataQuery/.

num contexto macro, agrupado por continente[291].

Considerando o nosso contexto latino-americano em relação às migrações durante o período escolhido (2010-2020), temos que somente nos últimos cinco anos (2015 a 2020) o fluxo migratório (-3266)[292] foi maior que o número total de pessoas que saíram de toda América Latina e do Caribe (-2607). Assim, países como Colômbia, Peru, Chile e Equador receberam quase a totalidade de imigrantes.

Observamos ainda que dentro do período escolhido (2015-2020), o fluxo migratório aumentou nos países da América Latina em paralelo a diversos protestos ocorreram na região: a derrubada de um governo de esquerda no Brasil através de um golpe em 2016; a crise política enfrentada pelo Peru em 2018, decorrente da queda do presidente acusado de corrupção e envolvimento com a Odebretch[293]; a tentativa de derrubar o presidente da Venezuela Nicolás Maduro em 2019; e a renúncia do governador porto-riquenho Ricardo Roselló[294] também em 2019, após denúncias de corrupção. Esses acontecimentos acabaram agitando o já conturbado cenário político dos países do sul da América. O Chile, por exemplo, que também sofria com manifestações de estudantes após o aumento da passagem[295], não assinou o Pacto Global sobre Migrações,

---

[291] Os dados desconsideram as pessoas que circulam dentro do mesmo continente, o que pode encobrir uma realidade ainda maior de pessoas que saem do seu país de origem e atravessam as fronteiras diariamente. Interessante ressaltar que os dados presentes nas bases de dados da ONU consideram os processos legais, excluindo os migrantes ilegais.

[292] BBC: Crise na Venezuela: o que levou o país ao colapso econômico e à maior crise de sua história. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/internacional-45909515.

[293] BBC BRASIL: Como o escândalo da Odebrecht ajudou a derrubar presidente do Peru. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/internacional-43480788.

[294] EL PAÍS: Governador de Porto Rico renuncia após escândalo de conversas homofóbicas. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/07/25/internacional/1564035620_581829.html

[295] Protestos no Chile em 2019-2020. https://pt.wikipedia.org/wiki/Protestos_no_Chile_em_2019-2020

argumentando que a migração "não é um direito humano"[296].

Pensando na midiatização dos movimentos de migração, a representação dos sujeitos em deslocamento – vistos como "um assunto problemático" por cidadãos e governantes, sofrendo sanções e repreensões de forma arbitrária (DU BOIS,1903; BAYOUMI, 2009; ANDERSON, 2017 apud RISAM, 2019) – são potencializadas pela forma como as narrativas são apresentadas e produzidas, e assim, as percepções sobre migração podem diferir muito das informações disponíveis sobre o tema[297]. A hostilidade em relação ao migrante é, em parte, fruto da distorção da realidade e da forma com que os dados são mostrados através de relatórios governamentais ou de ONGs, notícias em sites e portais, entre outros. Anúncios veiculados e postagens e interações realizadas nas plataformas de redes sociais também contribuem para realização de movimentos contra aqueles que são considerados uma ameaça[298]. Para entender melhor isso, precisamos mergulhar um pouco mais na forma como os dados podem ou não mostrar a realidade migrante.

Como os dados são redutores da realidade do migrante

Em diálogo com Van Djick (2018) vemos a dataficação como um processo que passa por instruções prévias, fazendo com que haja um direcionamento estratégico, decidindo o que será coletado e qual a melhor forma de

[296] AGÊNCIA BRASIL: Chile defende decisão de não assinar o Pacto Global sobre Migrações. Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2018-12/chile-defende-decisao-de-nao-assinar-o-pacto-global-sobre-migracoes.

[297] Proposto por Pison, pesquisador do Instituto Nacional de Estudos Demográficos (Ined), em seu novo estudo sobre a migração global. Disponível em: https://epocanegocios.globo.com/Mundo/noticia/2019/03/os-numeros-que-podem-derrubar-mitos-e-cliches-sobre-migracao-ao-redor-do-mundo.html?fbclid=IwAR3iHBQBVLJTi8y84O2twvpEMn51WTXwpILs2_xqFjXfKKtJI3QJiCvneMo.

[298] Uso de anúncios em redes sociais com uso de propaganda anti-imigrantes para favorecer o Brexit. TED Facebook's role in Brexit — and the threat to democracy. Disponível em: https://www.ted.com/talks/carole_cadwalladr_facebook_s_role_in_brexit_and_the_threat_to_democracy#t-21216

fazer tal coleta. Há também o descarte de uma série de informações, seja por desinteresse por parte da equipe desenvolvedora, pela intencionalidade em ocultá-las ou por outros motivos. Em outros termos, há uma política que orienta a forma com que os dados são produzidos, armazenados e inferidos.

O protagonismo do dado resultante das interações sociais passa a ser maior, ao ponto que este se torna uma forma possível de produzir novos meios de conhecimento (Couldry & Hepp, 2013). Das diversas formas de representação da realidade, o sociólogo aborda o agrupamento de dados que transforma as informações individuais em grupos, descaracterizando os sujeitos. Assim, o sujeito passa a ser mais um entre tantos com as mesmas características, tendo suas particularidades suprimidas por uma lógica que os encaixota e os segrega, tratando-os de acordo com determinadas inferências a partir de "seus semelhantes".

As representações das migrações, geradas por meio da inferência dos dados coletados e as criações de mapas, demonstram um legado do imperialismo (Risam, 2019). A visão de quem constrói essa representação de mundo carrega consigo traços pré-concebidos. A escolha de como serão representados os dados, o que é importante mostrar e o que acaba por ser descartado faz parte de uma série de construções prévias e de intencionalidades de quem está elaborando o material. A pluralidade de elementos possíveis de serem mesclados nessas narrativas digitais, além de potencializar outras formas de contar os fatos, ganha a possibilidade de aprofundar e preencher lacunas informacionais. Seguindo esse raciocínio, a visualização dos dados nas plataformas digitais permite a convergência de uma série de elementos multimídia que potencializam as possibilidades de narrativas que poderiam dar conta da complexa realidade do migrante. Nesse quesito, é imprescindível questionar a ética da escolha de quem coleta, quais as intencionalidades de uso, o que é coletado e o que é excluído (Birman 2006; Block et al. 2013; Jacobsen And Landau 2003; Kabranian-Melkonian 2015; Metcalfe And Dencik 2019, apud Risam 2019), considerando que é um processo que visa produzir conhecimento e este, por sua vez, ficará dependente e terá sua validade atrelada ao que é coletado.

Quando se pensa em representar as informações agregadas, vemos a produção de uma nova visão de mundo através de tabelas, relatórios, entre outros. Roopika

Risam (2019) lembra que a narrativa também é dotada de poder e de parcialidade, sendo assim, sofre das mesmas objetividades da coleta, tornando-a determinante. No caso de migrantes, a pesquisadora é enfática ao afirmar que as visualizações devem ser criticadas para que estes deslocamentos – livres ou forçados – não tenham em seus discursos elementos que transformem o migrante em um ser indesejado, que está atravessando as fronteiras junto a milhares de outros e que se constituem num problema para os habitantes dos países que os recebem, podendo reforçar questões estereotipadas e mesmo colocar grupos em risco, como migrantes e refugiados, por exemplo.

Pensando conjuntamente com Ponzanesi (APPADURAI, 1996; 2019 apud 2019), as narrativas criadas sobre migrantes geram um potencial tensionador entre as diásporas migratórias e a estabilidade dos estados-nação, e as imagens que circulam a partir dessas narrativas produzem novas disjunções entre a localização, imaginação e identidade. Ao refletirmos sobre o contexto recente propiciado pelas plataformas de redes sociais, o conteúdo veiculado é passível de uma série de ações, como compartilhamento, comentários e reações. A interpretação e apreciação desses dados narrados, segundo Ponzanesi (2019), não se restringe apenas a uma elite acadêmica e intelectual, mas está disponível para os demais que produzem suas próprias inferências acerca do material multimídia.

Apesar de os algoritmos não serem objeto de estudo deste artigo, o papel que compete às plataformas de redes sociais em relação às narrativas são os algoritmos e, assim, as interações que fazem alguns conteúdos serem mais visualizados que outros deve ser mencionada. Em um estudo intitulado *Manufacturing Hate 4.0: Can Media Studies Rise to the Challenge?,* Sun Sun Lim (2020) retrata algumas práticas de usuários que encontraram nas plataformas as maneiras de perpetuar discursos de ódio por uma face humorística. Ao perceber que havia interações positivas nessas postagens, o Facebook, o Twitter e o Youtube não notavam, a partir dos seus filtros de mídia, o conteúdo racista e o veiculavam normalmente.

Com isso, a qualidade e o viés da narrativa migracional presente nessas plataformas está sujeita tanto à mensagem que é veiculada quanto à apropriação e à interações geradas pelos demais usuários da plataforma. Dependendo da interação, a

narrativa pode ganhar popularidade ou até mesmo ser invisibilizada, fazendo com que toda uma história seja negligenciada.

Desta forma, Risam (2019) propõe a existência de uma narrativa colaborativa ou não colaborativa, considerando os elementos que compõem o esquema visual do conteúdo multimídia. Colocar os espaços geográficos e suas representações de território de forma centralizada, neste caso, desloca a visibilidade de quem está migrando, contribuindo com a ideia de que os fluxos migratórios são causadores de problemas de toda ordem – como lotação de hospitais, violência e furtos. Já a narrativa colaborativa tende a resistir a esse reducionismo, passando a explicar o contexto político, geográfico e social no qual está inserido o migrante. Para que isso seja realizado de maneira mais coerente, é importante que se dê voz para os sujeitos, fazendo-se necessário ir a campo para entender e dialogar com este, de modo a compreender muito além do que os dados dizem.

Primeiras imersões no Facebook na busca de narrativas

Para pensar como se dá a apropriação das plataformas de redes sociais na veiculação do conteúdo acerca dos processos migratórios, passamos a analisar algumas postagens no Facebook[299] entre 2015 e 2020 que retratavam a temática; depois, analisamos as respectivas páginas para compreendermos a linha de pensamento e as interações entre elas e os usuários. Para a análise, procuramos por quatro representações, as quais desejaríamos analisar: (i) que mostrasse um contexto de migração da América Latina de forma redutora, (ii) que mostrasse a mesma de forma humanizada, (iii) que representasse a

[299] Devido a uma característica do Facebook, a busca pelas postagens se deu pelo buscador Google, realizando uma pesquisa específica pela URL (exemplos da pesquisa: site: facebook.com migração venezuelana; site: facebook.com migración venezuelanos; site: facebook.com migração peru; site: facebook.com migraciones america latina; site: facebook.com migraciones colombia) da plataforma. A escolha pelo Facebook se deu por sua ampla utilização, pela maior possibilidade de interação, visto que permite o compartilhamento, cinco tipos de reações, um espaço amplo para inserção de comentários e a discussão dentro de uma resposta. Com isso, é maior a possibilidade de perceber as eventuais apropriações e interpretações dos usuários, o que torna estratégica a escolha dessa plataforma.

migração venezuelana[300] de forma redutora e (iv) que abordasse a mesma de forma humanizada.

As dificuldades em encontrar postagens tão específicas, principalmente as que falassem do contexto latino-americano, forçaram a uma mudança da metodologia para que encontrássemos a representação da migração dentro do continente de forma redutora. Para contornar esse imprevisto, partimos para a busca na caixa de pesquisa da própria plataforma de rede social, combinando as palavras "migración/migraciones", "latino américa" e "infografia", filtrando por resultado de vídeo e imagem.

Das postagens resultantes na busca, selecionamos aquelas que possuíam dados na postagem, sejam eles em infográficos ou na descrição. Após, recortamos aquelas que possuíam maior número de comentários, reações e compartilhamentos, respectivamente. Por fim, observamos e analisamos a abordagem e a construção da narrativa. Desse modo, classificamos por "narrativa humanista" – na qual se constitui a participação em diferentes graus do migrante (co-criação a partir da sua história) e uso de dados, possibilitando uma perspectiva plural, heterogênea, meticulosa e rica das trajetórias; ou "narrativa reducionista", quando os dados são evidenciados não contemplando aspectos políticos, sociais e econômicos (Risam, 2019), oferecendo uma visão unilateral, singular, genérica e homogênea das complexidades do processo migratório.

Por meio dessas reflexões de análise narrativa, propomos uma nova mirada analítica sobre a forma de representação humanizada ou reducionista do migrante, que tem como objetivo perceber as possibilidades de uma cidadania comunicativa intercultural. Assim partimos, conforme abaixo, para a análise de quatro postagens que pretendem elucidar nossa linha argumentativa.

O infográfico publicado no dia 30 de julho de 2018, mostrado na figura 1, é resultante de um censo realizado pelo Registro Administrativo dos Migrantes Venezuelanos

[300] Consideramos o país vizinho por representarem o segundo maior grupo populacional em deslocamento do mundo, ficando atrás apenas dos refugiados sírios. Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2019-06/numero-de-refugiados-e-migrantes-da-venezuela-chega-4-milhoes

na Colômbia (RAMV)[301]. Neste caso, percebemos que houve a preocupação com a vulnerabilidade do migrante, não o tratando como um objeto a ser catalogado de maneira forçada, e também garantindo a sua segurança. Além disso, algumas informações referentes a idade e ao gênero também estão presentes, sendo um dado que se distingue da maioria dos infográficos sobre migrantes.

Post I

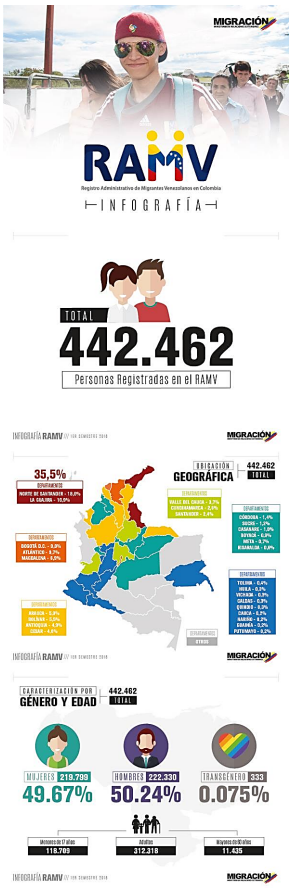


Figura 1: Infografía del Registro Administrativo de Migrantes Venezolanos, en Colombia, RAMV. Fonte: Migración Colombia (2018)[302]

[301] Contando com mais de 442 mil respostas301, as informações dispostas procuraram representar a distribuição dos migrantes venezuelanos nos diferentes estados e principais cidades da Colômbia. A forma de coleta se deu através de uma parceria firmada entre a Organização das Nações Unidas e o Governo Colombiano, na qual os migrantes iam voluntariamente até os postos de atendimento. Segundo a ONU, a segurança e a tranquilidade oferecida para que o migrante fosse até os postos, independentemente da regularidade da sua situação, era de que os dados não seriam utilizados para realizar qualquer controle migratório.

[302] Disponível em: https://web.facebook.com/MigracionCol/photos/infograf%C3%ADa-del-registro-administrativo-de-migrantes-venezolanos-en-colombia-ramv/1793822647403306/?__rdc=11&__rdr

Sobre o perfil que veiculou o material, intitulado *Migración Colombia*, está classificado na plataforma como Organização governamental. Nas interações, chamou nossa atenção um compartilhamento em que um usuário, ao compartilhar o conteúdo com sua rede de contatos, solicita que estes "tenham cuidado".

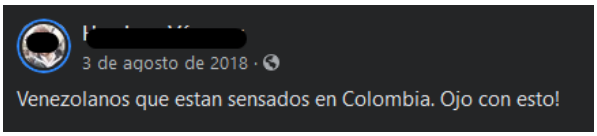


Figura 2: Publicação comentada. Fonte: Facebook (2018)

Esta publicação foi considerada por nós como reducionista. Apesar de trazer alguns dados mais detalhados sobre a composição e distribuição dos migrantes, não afirmando que todos estão em um mesmo lugar da Colômbia, falta o aprofundamento das questões propostas em dimensão política, econômica e social. Uma segunda crítica a essa forma de representação é relativa à necessidade de expor a questão de gênero, considerando ocasiões que podem agravar a xenofobia já evidenciada na Figura 2.

Já o vídeo publicado no dia 19 de julho de 2020 (Figura 3), teve como metodologia o agrupamento de diversas fontes acerca dos movimentos migratórios. A diversidade das fontes se mostra compatível com a possibilidade de junção de diferentes bases de dados e a compilação das informações para produzir conhecimento. No estudo vinculado ao vídeo, Bonilla e Estevadeordal (2020)[303] entendem que essa maneira de análise cruzada é benéfica para compreender a complexidade da migração e oferecer melhores soluções. Responsável pela produção e publicação, a *BID Ciudades* é uma División de Vivienda y Desarrollo Urbano del Banco Interamericano de Desarrollo. Apesar de ter apenas dois comentários, o conteúdo audiovisual apresentado se mostra

303 *Inmigrando: fortalecer ciudades destino* disponível em: https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Inmigrando_Fortalecer_ciudades_destino_Tomo_1.pdf?fbclid=IwAR2n_SlsRs_kK2XkeQyxsZxrBXZY3AWYALWE_lmnMxpXsyeSmSMxW9iNJSQ.

claro quanto aos pontos de origem, locais de trânsito, de destinos de fronteira e a cidades de destino das migrações internas da América Latina, mostrando os papéis que as cidades desempenham nos corredores de migração latino-americanos, o que faz sentido para a proposta da administradora da página. Portanto, consideramos esta publicação como humanista.

Post II

Figura 3: Ciudades destino y corredores de migración latinoamericana. Fonte: BID Ciudades (2020)[304]

Produzido pela Revista Semana (Colômbia), o vídeo publicado no dia 12 de fevereiro de 2018 (Figura 4) traz um conteúdo sobre uma das maiores migrações daquele ano (2018) – a venezuelana – mostrando uma das sérias tragédias que é viver na fronteira. Todos os dias, 37.000 cidadãos venezuelanos[305] desesperados por causa da crise saem em busca de novas oportunidades. Diferentemente do primeiro post (figura 1), o audiovisual conta não somente com dados e narrativas, mas com a fala dos sujeitos que circulam na fronteira.

Post III

[304] Disponível em: https://www.facebook.com/BIDCiudades/videos/1028962570853879.

[305] Informação disponível na descrição da postagem.

Figura 4: El éxodo de venezolanos hacia Colombia. Fonte: Revista Semana (2018)[306]

Contando com 117 mil visualizações, 1.200 reações e 250 comentários, a interação nesta postagem se mostra relevante, muito além das demais analisadas. Entre os comentários, diversas menções contra a xenofobia e lembranças da migração de colombianos para a Venezuela, ocorrida em período favorável do país vizinho, em relação ao que agora recebe os migrantes.

Esta publicação foi considerada por nós como humanista. Dada a característica do produto transmidiático, abriu-se mão da variedade de dados apresentados para prevalecer a narrativa e sensibilização do drama vivido por aqueles que estavam saindo do seu país de origem.

No entanto, questões relacionadas aos problemas que os migrantes acarretam também foram pautados, como se pode ver na Figura 5 em uma interação de um usuário[307] da plataforma. A abordagem feita elucida o receio do roubo de empregos e o destino da verba que seria de exclusividade do povo colombiano, nos fazendo refletir sobre as apropriações que podem ser inferidas, divulgadas e produzida a partir de sujeitos que carregam consigo posições conservadoras.

[306] Disponível em: https://www.facebook.com/RevistaSemana/videos/10157105425531679/.

[307] Destacamos o papel do usuário de "Superfã", que condiz com uma intensa atividade de comentários e curtidas em publicações da página . Nos questionamos sobre ele, visto que a ordenação dos comentários estava definida por relevância. Salientamos que um dos comentários que prevalece contém um discurso extremista que, segundo estudo realizado por Lim , são permitidos sob uma premissa de liberdade de expressão. Para Sun Sun Lim (2020, p. 603-604) "[...] as ferramentas das plataformas para os usuários curtirem e compartilharem conteúdo racista serviram para aumentar o racismo porque os algoritmos de recomendação do YouTube e do Facebook geraram conteúdo semelhante ou até mais preconceituoso, ampliando assim o discurso de ódio e a discriminação".

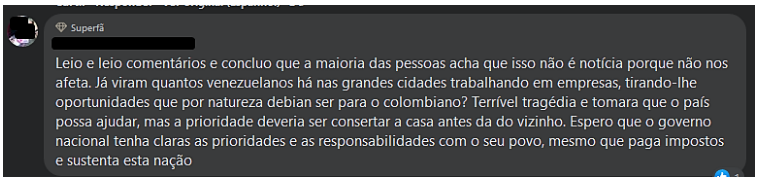


Figura 4: El éxodo de venezolanos hacia Colombia. Fonte: Facebook (2018)

O vídeo publicado pela página do político Diego Scharifker, no dia 31 de janeiro de 2017 (Figura 6) traz de forma rasa as implicações das migrações que o migrante passa para chegar até seu destino. A forma como estão representados os processos migratórios – abordando os crescimentos com altas porcentagens[308] e um elevado número de imigrantes ilegais na Argentina, por exemplo – tende a mostrar que os migrantes estão indo aos montes para os países vizinhos. Ao final do vídeo, há uma previsão de um aumento em quatro vezes do número de migrantes nos próximos anos. Portanto, esta publicação acabamos por considerar como redutiva, pois reduz a qualidade do migrante a números.

Desafios para construir narrativas cidadãs

As inter-relações entre plataformas de redes sociais e migrantes, no contexto da América Latina, vem ganhando novas configurações neste trajeto. O reconhecimento da centralidade da técnica nas sociedades, bem como as implicações que resultam as interações realizadas por meio destas, reconfiguram um ecossistema comunicativo abrangente, ainda que apresente desiguais modos de ação e diferenciados usos e apropriações sociais (Bonin, 2019).

Impulsionados mais recentemente pelas tecnologias digitais e pela globalização, os fenômenos migratórios vêm ganhando espaço não só nas pautas de discussão de grupos restritos – como a Cúpula da ONU, Governos, Ongs e entidades privadas – mas também em redes sociais. Estas se apresentam como espaço crucial para emergir novas lutas por ampliação da cidadania através do reconhecimento de

308 Importante ressaltar que uma alta porcentagem nem sempre representa um elevado número de pessoas, apenas a variação. Por exemplo: 10% de 100 pessoas é 10. 1% de 1000 pessoas também é 10. Assim, no vídeo, quando é abordado que o aumento da migração no Chile foi de 64% na última década, deve-se analisar qual era o volume total de migrantes antes desse período de modo a evitar equívocos.

novas narrativas que desafiam a hegemonia do racionalismo ocidental (Bonin, 2019). Para a compreensão de como os processos migratórios são pensados e entendidos em uma sociedade através das plataformas de redes digitais, faz-se importante entender a diversidade cultural, para que se possa construir uma cidadania a migrantes que muitas vezes são (in)visibilizados e deixados à margem da sociedade.

Dessa forma refletimos, a partir do multiculturalismo, sobre as trocas culturais entre os cidadãos e os migrantes. Um dos problemas que por vezes se apresenta quando existem pessoas com diferentes experiências ou vivências culturais e que acabam convivendo em um mesmo espaço social é a relegação da cultura do migrante pela cultura dominante. Que por consequência, como afirma Cortina (2005, p.141) "aos migrantes, se pede que abandonem a própria cultura e adotem a do novo país". Pensamos como Cortina (2005) a partir de suas reflexões sobre o multiculturalismo, que consiste em um conjunto variado de fenômenos sociais, que derivam da difícil convivência e/ou coexistência em um mesmo espaço social de pessoas que se identificam com culturas diferentes[309].

Post IV

Figura 6: Migración en América Latina. Fonte: Facebook (2017)[310]

Neste contexto, novos modos de percepção, novos modos de narrar, de conhecer o outro e as técnicas utilizadas para conseguir as informações ampliam a sua

[309] Emilio Lamo de Espinosa. *Culturas, Estados, Ciudadanos*, Madrid, Alianza Editorial, 1995, p.14 e 18.

[310] Disponível em: https://www.facebook.com/Diegoscharifker/videos/1192155447558158.

sofisticação, saindo da necessidade do fornecimento desses dados a partir de governos para sistemas automatizados que utilizam TIC's ou tecnologias biométricas. Compreendendo as múltiplas dimensões que atravessam o sujeito migrante é que podemos fazer uma coleta de dados respeitosa e uma narrativa justa e digna, levando ao reconhecimento desses sujeitos. Esse movimento pode levar ao diálogo intercultural proposto por Adela Cortina (2005), em que a riqueza humana é valorizada e reconhecida como dever de uma sociedade que considere seus cidadãos e os cidadãos do mundo.

Concordamos com Risam (2019) e a sua crítica às escolhas daqueles que projetam a visualização dos dados, ao escolherem apenas as informações que estão dispostas em bases de dados ou relatórios, sem irem a campo, negam a existência de sujeitos e priorizam números. Assim, o migrante que, segundo Bourdieu (Sayad, 1998, p. 11) era visto já como um problema nos tempos de Platão e Sócrates por ser um sujeito "deslocado, no sentido incongruente e de importuno, ele suscita o embaraço e a dificuldade que se experimenta em pensá-lo", o migrante não se torna positivamente reconhecido, ao ser numericamente retratado. Por outro lado, podemos representá-los de forma inclusiva a partir da visibilização de suas histórias e relatos de seus anseios, para que não sejam vistos somente por meio de números, mas sim, por uma ótica que os humanize.

A necessidade de pluralizar as abordagens sobre os migrantes para que estes tenham suas diferenças socioculturais reconhecidas e visibilizadas nos permite pensar a constituição de espaços de interação cidadã vinculados à troca de experiências, à expressão de elementos não hegemônico, "o quadro histórico que o provoca, o jogo de poder que o produz e as dinâmicas de representações sociais cuja implicação direta nega a voz ao migrante" (Brignol, Curi, Ribeiro & Teixeira in Redin, 2020, p. 205), possibilitando que as narrativas sociais nas plataformas de redes sociais sejam mais humanizadas com suas complexidades e contradições.

Por considerarmos que estas reflexões continuam nos interpelando e oferecendo chaves produtivas para pensar tais questões, concordamos com Martin-Barbero (2009) na "luta" pela coexistência dos códigos – principalmente no que tange a disputa entre discursos globais e locais – acreditamos que a existência de múltiplas narrativas possam

habitar o mesmo espaço sem que uma sobrepuja a outra. A relação entre esses sujeitos e a sociedade deve se constituir dentro da cidadania comunicativa intercultural da qual fala Adela Cortina, para que tal processo possibilite às pessoas reflexões referentes aos imaginários distorcidos sobre os migrantes, convidando-os, assim, para um diálogo entre as culturas e respeitando suas diferenças.

Referências

Bonin, J. A. (2019). Inter-relações entre culturas, tecnicidade e cidadania na obra de Jesús Martín-Barbero. *Matrizes*, *13*(2), 27–44. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v13i2p27-44

Cortina, A. (2005). Cidadania intercultural. Miséria do etnocentrismo. São Paulo, SP.

Couldry, N., & Hepp, A. (2013). *The mediated construction of reality*. *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53). https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Lim, S. S. (2020). Manufacturing Hate 4.0: Can Media Studies Rise to the Challenge? *Television & New Media*, *21*(6), 602–607. https://doi.org/10.1177/1527476420918825

Martín-Barbero, J. (2009). Desafios políticos da diversidade. *Revista Observatório Itaú Cultural*, 155–161.

Ponzanesi, S. (2019). Migration and Mobility in a Digital Age : (Re) Mapping Connectivity and Belonging, 1–11. https://doi.org/10.1177/1527476419857687

Redin, G. (2020). *Migrações Internacionais: Experiências e desafios para a proteção e promoção de direitos humanos no Brasil*. (UFSM, Ed.), *A representação midiática dos migrantes venezuelanos na Mídia Brasileira: Uma análise dos portais Folha de São Paulo e GaúchaZH* (1st ed.). Santa Maria, RS.

Risam, R. (2019). Beyond the Migrant " Problem ": Visualizing Global Migration, 1–15. https://doi.org/10.1177/1527476419857679

Sánchez-Monedero, J. (2018). The Datafication of Borders and Management of Refugees in the Context of Europe.

Sayad, A. (1998). Prefácio. In EDUSP (Ed.), *A Imigração ou os Paradoxos da Alteridade* (p. 301). São Paulo, SP.

Van Dijck, J., Poel, T., & Waal, M. de. (2018). *The platform Society*. *Media, Culture & Society*.

Comida como processo comunicacional

La comida como proceso comunicacional

Food as a communicational process

Daira Martins Botelho[311]

Resumo: A comida envolve vários processos para que chegue a qualquer mesa: higienização, cocção, harmonização. A comunicação também é cercada de elementos para que se dê de forma eficaz. No entanto, alguns dos caminhos comunicacionais não estão atrelados às formas tradicionais de comunicação e é disso que se trata essa pesquisa. O artigo, embasado pela teoria da Folkcomunicação de Luiz Beltrão e do estudo da linguagem culinária proposto por Massimo Montanari, tem como objetivo a busca de elementos práticos para analisar o processo comunicacional da comida. Para tanto, foi aplicado um questionário sobre comida cotidiana e comida de festa, que teve como respostas subsídios para pensar a comida e seu discurso na sociedade.

Palavras-chave: Comunicação, Comida, Cultura.

Resumen: La comida implica varios procesos para llegar a cualquier mesa: limpieza, cocción, armonización. La comunicación también está rodeada de elementos para que pueda tener lugar de forma eficaz. Sin embargo, algunas de las vías de comunicación no están vinculadas a las formas tradicionales de comunicación y de eso trata esta investigación. El artículo, basado en la teoría de la comunicación popular de Luiz Beltrão y el estudio del lenguaje culinario propuesto por Massimo Montanari, tiene como objetivo buscar elementos prácticos para analizar el proceso comunicacional de la comida. Para ello, se aplicó un cuestionario sobre alimentación diaria y comida de fiesta, que tuvo respuestas para subsidiar el pensamiento sobre la alimentación y su discurso en la sociedad.

[311] Daira Martins Botelho. Doutora pela Universidade Estadual Paulista – UNESP. Docente na Universidade Paulista – UNIP – Bauru. Brasil. E-mail: dairarmb@yahoo.com.br.

Palabras Clave: Comunicación, Comida, Cultura.

Abstract: Food involves several processes to reach any table: cleaning, cooking, harmonization. Communication is also surrounded by elements so that it can take place effectively. However, some of the communication paths are not linked to traditional forms of communication and that is what this research is about. The article, based on the theory of Folkcommunication by Luiz Beltrão and the study of the culinary language proposed by Massimo Montanari, aims to search for practical elements to analyze the communicational process of food. To this end, a questionnaire was applied on everyday food and party food, which had responses to subsidize thinking about food and its discourse in society.

Key words: Communication, Food, Culture.

Introdução

Ao observar mulheres polonesas americanas, Hauck-Lawson (1998) se atentou para seus hábitos alimentares, bem como a preparação, o consumo e a celebração da qual a comida fazia parte. O objetivo da pesquisadora era entender de que maneira a alimentação e seus processos atuavam de maneira simbólica, com especificidades para cada grupo ou família, com o objetivo de ouvir a "voz da comida".

O estudo de Hauck-Lawson foi uma das bases para a "comida narrativa", termo da psicóloga Denise Amon, que reforçou o argumento de que a comida pode ser uma contadora de histórias. Seu trabalho foi analisar receitas de sua família e de menus de um bistrô, no qual pôde participar do dia-a-dia e conhecer o cotidiano de uma cozinha profissional.

Para exemplificar os significados e ressignificações da comida, lança-se mão da teoria da Folkcomunicação, mais propriamente do objeto de estudo responsável por sua origem: os ex-votos. O processo observado por Luiz Beltrão na década de 1970 mostrou-se mais à frente da comunicação oral ou da escrita, o que o jornalista e pesquisador fez foi tentar entender o que aqueles objetos queriam dizer. De certa forma, Beltrão ouviu a voz dos ex-votos e foi capaz de lê-los para compreender seu contexto e atestar sua funcionalidade diante das situações que

buscavam representar. Para elaborar a teoria, Beltrão atentou-se a uma forma diferente de comunicar que sempre existiu, mas que foi abafada por conta da grande expansão dos meios de comunicação de massa à época. O autor afirmou que se tratava de "um vocabulário escasso e organizado dentro de grupos de significados funcionais próprios" (BELTRÃO, 2004, p. 38-39). Por isso, indica-se como tema central desta investigação o potencial comunicacional da comida.

Objetivos

Trata-se de incitar o desenvolvimento do pensamento e uma discussão que trabalha a comida como um vetor comunicacional, como base de um processo comunicativo cerceado por códigos, assim como Beltrão (2004) observou nos objetos de estudo da Folkcomunicação. Toma-se a abordagem teórica para a realização da pesquisa em busca de referenciais que ajudem a pensar os códigos comunicacionais da comida e, ainda, a aplicação de um questionário para, a partir dele, observar tais códigos existentes na percepção dos indivíduos ao cozinhar e ao relacionar a comida cotidiana e a de festa.

A pesquisa

Para compreender melhor as narrativas existentes no ato de comer e, também, ao ofertar o cozinhar de cada um ao outro, optou-se pela aplicação de um questionário em grupos do *Facebook*, composto por perguntas abertas e fechadas, que ficou disponível durante 5 dias, pois o número de respostas proposto (cem) foi atingido nesse período de tempo.

Participaram pessoas entre 19 e 74 anos, sendo que houve maior quantidade de respondentes que possuem cerca de 30 anos de idade. A maioria das respostas vêm de um público feminino, somando 77%, outros 22% são representados por pessoas do gênero masculino, e 1% preferiu não dizer.

Em relação à origem, foram obtidas contribuições do México (5) – de lugares como Chiapas e Cidade do México, e Venezuela (1), mas a maioria foi do Brasil, com 94 respostas. Desse país, a maioria dos dados veio de pessoas residentes no Estado de São Paulo e entre outros Estados constatados estão Bahia, Ceará, Distrito Federal, Goiás, Minas, Gerais, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pernambuco, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

Os questionamentos estiveram centrados na percepção desses indivíduos sobre a comida cotidiana e de festa, com o intuito de fazer com que as pessoas realizassem uma comparação entre um tipo de refeição e outro para que fosse possível "enxergar" as especificidades e também a intenção de um comensal ao servir.

Comparações entre comida cotidiana e comida de festa

O primeiro ponto a ser ressaltado é a importância que os entrevistados deram para a comida nos dias de festa. Assim como existem a relevância da alimentação na religião ou nas criações dos mitos e hábitos (LÉVI-STRAUSS, 2006; 2010), por meio dos dados observou-se um apreço pela comida, como mostra o Gráfico 1.

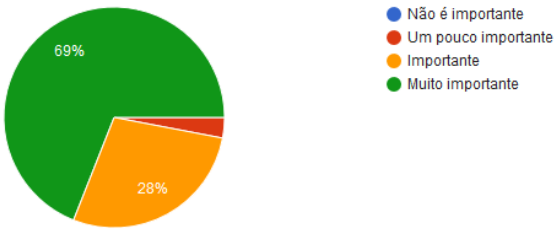


Gráfico 1. Importância da comida em uma comemoração. Fonte: da autora, 2020.

No Gráfico 1, 3% das pessoas afirma que a comida é "um pouco importante", e nenhuma delas indicou que esse não seja um elemento significativo para os dias comemorativos.

Em comparação ao que é servido no dia a dia e o que é posto à mesa nos dias de festa trouxe um apontamento que reitera o que foi dito acima, pois mostra que, para a maioria das pessoas, a comida cotidiana é diferente do que é servido em uma ocasião especial, seja ela uma grande festa ou reunião mais íntima, como exemplificado no Gráfico 2.

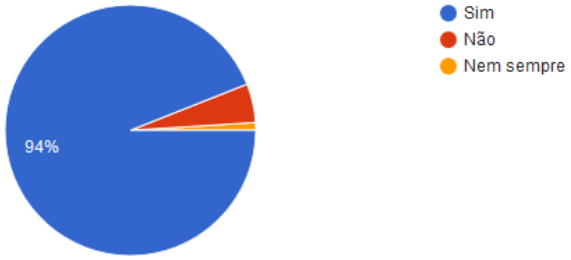


Gráfico 2. Diferença entre alimentação diária e comida de festa. Fonte: da autora, 2020.

De acordo com o Gráfico 2, uma pessoa afirma que "nem sempre" há alteração no cardápio nas diferentes ocasiões e cinco relatam que não fazem distinção entre a comida de festa e a cotidiana. No entanto, visualmente é possível observar o contraste das 94 pessoas que dizem fazer uma comida diferente ao receber uma visita.

O interessante foi notar as justificativas dadas pelos respondentes. Afirmações como "Ocasiões especiais, comidas especiais. Dias normais, comidas normais" e "Momentos

especiais, comidas especiais" corroboram para muitas outras respostas que levam a um "cardápio mais elaborado", comidas mais "calóricas", com pessoas até exemplificando o que servem nesses dias: "em festas ou com visitas a comida não é a 'de sempre' (arroz, feijão, carne, salada), é algo mais 'especial' (tipo salgados, pizza, cachorro quente, bolo, etc)"; "a comida que como no dia a dia é mais simples (prato de arroz, feijão, bife, sopa, etc). Numa visita/festa, normalmente é algo diferente, que não se come normalmente, como churrasco, estrogonofe, lasanha, pizza, esfirra, salgadinhos, etc." ou "nas festas as comidas são mais temáticas. Por exemplo: festa de aniversário tem churrasco ou salgadinhos. Tem as festas com caldos, feijoada e doces. Normalmente não consumo doces no dia-a-dia".

Dados relevantes foram trazidos pelos entrevistados. Um deles foi o tempo, considerado um ponto pouco favorável para o cozinhar do dia a dia, fazendo com que o cardápio seja mais básico, até repetitivo, pois não é possível se dedicar tanto a essa atividade durante os afazeres da semana, por exemplo. Jesús Contreras[312] se ateve ao tema "tempo" para afirmar que esse é um dos aspectos cruciais para a cozinha e para a alimentação – haja vista a quantidade de pessoas que passou a cozinhar durante a pandemia justamente pelo estabelecimento de outra relação com o tempo durante essa fase mundial. Para o autor, a globalização foi um grande divisor de águas no modo de comer – por conta da compressão espaço-tempo, abordada por Hall (2002), e isso levou a sociedade a uma ruptura com a comensalidade, fato que é perceptível também na pesquisa, visto que existe uma maior dedicação nos dias festivos, justamente por conta desse tempo que é dispendido para ocasiões especiais.

Outro aspecto indicado pelos respondentes foi o financeiro. Alguns afirmaram que a comida de festa também é mais cara e, por isso, não é viável para ser feita todos os dias, o que confere mais uma particularidade a essa narrativa alimentar.

Algo considerável mostrado na pesquisa foi a preocupação com o outro, momento onde o anfitrião cede sua posição de único detentor do gosto para os pratos a fim de considerar o paladar dos seus convidados. Algumas pessoas pontuaram que têm uma dieta mais equilibrada cotidianamente, por

[312] Conferência realizada no dia 15 de setembro de 2020, na abertura do IV Colóquio de História da Alimentação e Abastecimento na Amazônia.

questões de saúde e/ou economia, o que é modificado nos dias de festa, pois elas "se permitem comer mais besteiras", além de levar em consideração o gosto dos convidados. Uma pessoa alegou "respeitar o gosto" das visitas, já outra disse que muda o cardápio "talvez por querer agradar", o que significa que essa elaboração da comida de festa mostra um certo sair de si para encontrar o gosto do outro, independentemente do porquê, como pode ser lido no comentário: "[porque] quando eu recebo visitas sempre tento fazer o melhor pra elas enquanto pra quando eu almoço ou janto sozinho só o básico já basta".

Além da intenção de saber a relação entre comida cotidiana e de festa, buscou-se explorar o grau de envolvimento dessas pessoas como o ato de servir ou, mais especificamente, agradar seus convidados. Para tanto, questionou-se sobre a disponibilidade em cozinhar nos dias de festa – quando a refeição é diferenciada – e as respostas podem ser visualizadas no Gráfico 3.

Gráfico 3. Preferência por cozinhar ou encomendar comida nos dias de festa. Fonte: da autora, 2020.

Para essa pergunta foram dadas duas opções: "prefiro cozinhar" ou "encomendo tudo", mas foi permitida a adesão de respostas de acordo com a particularidade de cada entrevistado. Entre as respostas adicionadas estão: "para festas encomendo, para visitas cozinho"; "encomendo uma parte e cozinho outra"; "não tenho uma preferência, depende da ocasião, tempo e convidados"; "um misto dos dois, cozinho e compro dependendo da ocasião"; "sempre encomendaria se tivesse como pagar. Então

às vezes tem que cozinhar mesmo"; "faço uma parte"; "meio a meio"; "depende da festa e depende da visita"; "depende do que quero comer"; "depende da minha vontade"; "prefiro cozinhar, mas, quando não é possível (seja pelo número de convidados, seja pela organização cotidiana) encomendo sem problemas". O quesito "depende" apareceu algumas vezes, sendo indicado de acordo com o tempo, com o tipo de festa, quantidade de pessoas; outras pessoas pontuaram também o "os dois" ou "um misto dos dois".

De acordo com as respostas, o Gráfico 3 mostra que a maioria das pessoas prefere cozinhar para aqueles que irão receber, mas, como citado acima, o tempo ainda se apresenta como um dos elementos de diferenciação, seguido pela questão do orçamento.

Como justificativa para esse comportamento, muitas pessoas que encomendam disseram que não possuem habilidades na cozinha ou que preferem pedir comida por ser mais prático, "para não ficar focado em cozinhar, e perder a festa", além do fato de que cozinhar configura "muito trabalho e depois tu não aguenta a festa! Melhor pedir e relaxar".

Por outro lado, aqueles que preferem cozinhar para os convidados o fazem por diversos motivos: ter certeza do que está servindo, controlar o que está sendo feito e planejado, gostar de cozinhar e ter conhecimento para realizar os preparos necessários. Mas entre as respostas, a palavra que mais apareceu foi afeto, muitos acreditam ser essa uma forma de demonstrar carinho ao receber: "gosto de cozinhar para as pessoas que são importantes pra mim"; "por que acho mais gostoso e acolhedor"; "é uma forma de imprimir afeto"; "adoro ir para a cozinha, testar e adaptar receitas. Acredito que é diferente quando você mesma coloca a mão na massa e prepara comidinhas para os seus convidados, tem outro sabor, é afetivo e atencioso"; "amo cozinhar e demonstro carinho e atenção pela visita"; "gosto de oferecer e fazer com amor"; "prefiro cozinhar porque geralmente a comida acaba sendo o motivo do encontro"; "tenho muito prazer em cozinhar e compartilhar o alimento. Acho importante fazer a comida que vai ser servida na festa, mantém as tradições familiares e, também, imprime a alma das minhas 'festas', onde todos esperam por isso, faz parte da minha 'festa', reunião, comemoração"; "garantia de qualidade, carinho e aconchego"; "gosto de cozinhar, de demostrar carinho e afeto em forma de

comida"; "ao cozinhar, consigo personalizar. Além disso, é uma forma de carinho e respeito com os convidados"; "me gusta agradar a las personas con lo que cocino". E, como essas, há muitas outras respostas que remetem ao amor, ao afeto, ao respeito em receber e oferecer aquilo que é considerado mais pessoal, feito com as próprias mãos e, de acordo com os entrevistados, denota mais carinho. Até mesmo aqueles que não sabem cozinhar, nutrem esse sentimento: "não sei cozinhar, se soubesse eu faria porque acho que é uma forma de o anfitrião demonstrar afeto ativo".

Para outros, a comemoração vai muito além de, somente, o ato de comer, o cozinhar também faz parte da construção dessa linguagem comunicativa: "cozinhar é um hobby e o melhor da festa são os preparativos com a equipe (nos últimos tempos família). É onde desfrutamos o estar juntos. (Comemoramos a vida sempre)"; "é mais interessante se envolver com a comida de forma total. Pois o simbolismo da construção do sabor e da transformação culinária também é parte da festa".

Considerações

O alimento transformado em passa a ter sentido. Essa é a construção que se dá em torno desse ato humano responsável pelo patamar que a humanidade atingiu em termos sociais, econômicos e culturais. Beltrão (1980; 2004) trouxe em seus estudos diferentes sistemas de comunicação cultural, envoltos sempre pela manifestação do povo e suas formas de se comunicar, uma maneira nem sempre legitimada, mas de uma efetividade sem igual. Por suas observações do local, do regional, o autor passou por elementos que caracterizam a busca por uma linguagem não necessariamente tradicional, por canais diferenciados, com objetos que, até então, não tinham "voz" dentro da academia sob o viés comunicacional. Considerada por ele como "enigmática", essa é uma forma de comunicação que carece de descobertas e capacidade de decifrar o "[...] segmento semântico codificável, no emaranhado de sons, ritos, movimentos e imagens que o encobrem, constituindo o segmento estético, não decodificável racionalmente" (BELTRÃO, 2004, p. 69). O autor faz referência ao discurso folclórico, com suas práticas, no entanto, essa percepção pode ser aplicada a outras esferas sociais, como qualquer manifestação cultural. Seu olhar é, aqui, aplicado à comida, já que esse discurso reitera, vai além e não se trata somente do

que pode ser verbalizado, "[...] mas também meios comportamentais e expressões não-verbais e até mitos e ritos que, vindos de um passado longínquo assumem significados novos e atuais, graças à dinâmica da Folkcomunicação" (BELTRÃO, 2004, p. 72).

Por isso, tomamos a importância da codificação dos elementos comunicacionais da sociedade e aplicamos à comida, essa prática tão comum, mas necessária e considerada até desprezada por Michel de Certeau (1996), mas que, por meio da Folkcomunicação, consegue entender a metalinguagem envolvida no processo culinário.

Como visto na pesquisa, a vontade de cozinhar para as pessoas tem muito a ver com a preocupação e o cuidado com o que será servido, trata-se de uma linguagem que foi destrinchada por Montanari (2013), na qual o autor classifica as preparações de acordo com a gramática: o léxico que representa a própria comida (produtos que podem ser incorporados – ou não – pela dieta das pessoas por questões econômicas, sociais, culturais, de gosto, de religião, de posicionamentos políticos, etc), a morfologia (diz respeito aos modos de preparo, cozimento e possíveis adaptações); a sintaxe, representada pela ordem de servir, como as refeições (entrada, prato principal, sobremesa). Sendo assim, para o autor, comida é discurso.

E nesse emaranhado de linguagem está a busca dos entrevistados por se fazer "ouvir", "ler", "ver, "sentir" por meio da comida, uma vez que o modo de servir ao outro é responsável, ademais, por dizer muito sobre quem serve, evidenciando a existência de uma mensagem nesse espaço de comunicação configurado pela refeição. É a mesa servindo como palco, ou melhor, teatralizando a vida cotidiana, de acordo com Maffesoli (2002), como mostra uma resposta da pesquisa: "Pela ritualização da ocasião. Cuidar do cenário (roupas de mesa, louças) e do cardápio, tornando-os distintos do cotidiano, contribui para marcar a diferenciação do momento.". Esse ritual indicado pelo respondente remete ao elo de comunicação existente entre todos os componentes e que vai sendo construído ao longo do cozinhar, do servir, do partilhar.

A mesa / o comer permite a comunicação e a desenvolve desde o momento da escolha dos ingredientes até o final de uma refeição, isso porque, assim como os ex-votos explorados por Beltrão, a comida traz consigo mais do que somente aspectos nutricionais, ela é carregada de símbolos, de

ritos (“Cozinhar é um ato de amor, troca de energia.”), até mesmo regras, haja visto a diferenciação feita na comparação entre pratos cotidianos e de festa, o que confere a cada discurso uma intenção diferente.

O preparar, o receber, o não dito presente em cada prato pode ser demonstrado pelas respostas apresentadas na pesquisa realizada para este artigo, a vontade de agradar, de compartilhar o afeto por meio do servir, tudo isso faz parte da linguagem da comida, por isso a comida comunica e, como questiona um entrevistado: “Há outra forma de receber bem alguém?”.

Referências

AMON, D. (2014). *Psicologia social da comida*. Petrópolis, RJ: Vozes.

BELTRÃO, L. (1980) *Folkcomunicação*: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez.

BELTRÃO, L. (2004). Folkcomunicação: teoria e metodologia. São Bernardo do Campo: UMESP.

CERTEAU, M. (1996). *A invenção do cotidiano*: 2. morar, cozinhar. Trad. Ephraim F Alves e Lúcia Endlich Orth. Petrópolis, RJ: Vozes.

HALL, S. (2002). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.

HAUCK-LAWSON, A. S. (1998) When foood is the voice: a case study of a Polish-American woman. *Journal for the Study of Food and Society*, Vol. 2, No. 1, p. 21-28. Disponível em: http://dx.doi.org/10.2752/152897998786690592. Acesso em: jun/2016.

LÉVI-STRAUSS, C. (2006). *A origem dos modos à mesa*. Mitológicas v. 3. Trad. Beatriz Perrone-Moisés. São Paulo: Cosac Naify.

LÉVI-STRAUSS, C. (2010). *O cru e o cozido*. Mitológicas v. 4. Trad. Beatriz Perrone-Moisés. 2ª ed. São Paulo: Cosac Naify.

MAFFESOLI, M. (2002). Mesa, espaço de comunicação. In: DIAS, C. M. M. (2002) *Hospitalidade*: reflexões e perspectivas. Barueri, SP: Mande.

MONTANARI, M. (2013). *Comida como cultura*. São Paulo: SENAC.

Esporte e interculturalidade: o futebol como elemento de integração social para refugiados angolanos

Sport and interculturality: soccer as an element of social integration for Angolan refugees

Conceição A. N. de Souza [313]

Carol Fontenelle[314]

Resumen: O presente artigo busca entender como o esporte pode favorecer a vinculação física e simbólica dos imigrantes-refugiados que fixaram residência no Brasil. Será visto como o futebol pode ser utilizado para promover a integração sócio-econômico-cultural deste grupo de pessoas, vítimas de um processo diaspórico forçado. Por meio do esporte, e de maneira paulatina, estas pessoas negociam seus espaços físicos e simbólicos, na busca da construção de novas territorialidades e consequente resgate da cidadania. Na parte empírica do trabalho, entrevistaremos Maurício Dumbo, integrante da Seleção Brasileira de Futebol de 5. O atleta veio para o Brasil, ainda criança, com um grupo de compatriotas, seus amigos até hoje. Além de Maurício, este grupo também participará das entrevistas, cujo objetivo é perceber como a construção da cidadania se dá por meio do esporte, sendo este um vetor de participação e inclusão, servindo como ponte entre as diferenças, incluindo as étnicas e culturais, como preconiza as Nações Unidas.

Palabras Clave: Esporte, Vínculo, Imigração.

---

[313] Conceição A. N. de Souza. Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação – UERJ (PPGCOM – UERJ). Mestre em Administração (EBAPEI-FGV). Brasil. E-mail: conceicaosouza6614@gmail.com

[314] Carol Fontenelle. Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação – UERJ (PPGCOM – UERJ). Mestra em Comunicação – UERJ (PPGCOM - UERJ). Brasil. Email: carolfontenelle@gmail.com

Abstract: This article intents to understand how sport can favor the physical and symbolic linkage of immigrant-refugees in Brazil. In the empirical part of the work, we will interview Maurício Dumbo, Brazilian National Football Team of Five' athlete.

Key words: Sport, Linking, Immigration.

Introdução

A sociedade contemporânea apresenta uma complexa realidade no que tange à cena geopolítica internacional e que impacta na economia e na rotina de várias comunidades, de várias nações. Uma das consequências mais relevantes é o aumento dos fluxos internacionais de pessoas, incluindo os imigrantes-refugiados, para todas as partes do mundo. Ao chegarem no novo lugar, até então, uma terra estranha, estas pessoas precisam se vincular socioeconomicamente e culturalmente no local de destino, como parte do processo de desenvolvimento da nova territorialidade.

O objetivo deste trabalho é entender como o esporte, mais especificamente o futebol, pode favorecer a vinculação física e simbólica dos imigrantes-refugiados, protagonistas de um processo diaspórico, que fixaram residência no Brasil. Será visto como este esporte pode ser utilizado para promover a integração socioeconômica e cultural deste grupo de pessoas. Por meio do futebol, e de maneira paulatina, elas negociam seus espaços físicos e simbólicos, na busca da construção de novas territorialidades e consequente resgate da cidadania.

Utilizamos a pesquisa bibliográfica para embasar os conceitos sociológicos e comunicacionais que apresentamos no texto. Na parte empírica do trabalho, entrevistamos Maurício Dumbo, refugiado angolano e integrante da Seleção Brasileira de Futebol de 5. O atleta veio para o Brasil ainda criança, com um grupo de compatriotas, graças a um projeto de cooperação entre Brasil e Angola. O foco do projeto foi a educação e o público, crianças, adolescentes e adultos que apresentavam alguma deficiência física, como consequência da guerra civil que assolou Angola. A entrevista, fonte de dados primários, permitiu que nos aproximássemos de uma realidade única, permeada por nuances e signos que procuramos decifrar. De forma leve, generosa, sensível e com boas doses de humor, Maurício nos conta como se

deu sua jornada, que teve o futebol como processo de vinculação ao novo lugar, o Brasil.

A globalização e a questão migratória no mundo e no Brasil

A questão migratória, no mundo, faz parte de um processo político, social e econômico, desencadeado por diversos fatores. Os mais relevantes são: guerras, recrudescimento das diferenças; perseguições (políticas, étnicas ou culturais) e busca de melhores condições de vida. Este processo impacta, de muitas formas, na economia e nas relações sociais, de muitas comunidades, de várias nações.

Para a ACNUR (Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados), os refugiados são pessoas que escaparam de conflitos armados ou perseguições. Normalmente, essas pessoas vivem numa intolerável situação de periculosidade, onde, em muitos casos, a única solução é cruzar fronteiras internacionais e buscar a segurança, nem sempre possível, em outros países onde passam a ser consideradas refugiadas.

De acordo com a ONU, em 2015, havia 244 milhões de migrantes internacionais. Este número representa um aumento de 41%, quando comparado ao ano de 2000. Deste total, 20 milhões são de refugiados. Este número denota a importância da questão das migrações na nossa sociedade contemporânea. Ainda de acordo com a entidade, em 2016, havia no mundo mais de 65 milhões de pessoas que saíram de seus países devido a conflitos e perseguições. Uma em cada 113 pessoas no mundo estão nesta situação, configurando a maior crise humanitária desde a Segunda Guerra Mundial. A maioria desses refugiados são sírios. No Brasil, de acordo com o Comitê Nacional para Refugiados – CONARE, órgão ligado ao Ministério da Justiça, até o final de 2016, havia um total de 9.552 refugiados, de 82 nacionalidades[315].

A globalização é um processo amplo que envolve nações e nacionalidades e que expressa uma nova forma de expansão do capitalismo (IANNI, 1997). Seus recentes movimentos se iniciaram no início da década de 1990, com a popularização da internet. Para Bauman (1999) é um processo irreversível, “que afeta todos na mesma

[315] http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/component/tags/tag/conare-comite-nacional-para-os-refugiados

medida e da mesma maneira (p. 7). Para o autor, a expressão "compressão tempo-espaço diz respeito à multifacetada transformação da condição humana na era globalizada, onde as utilizações tanto do tempo quanto do espaço são ao mesmo tempo diferenciados e diferenciadores: "Estamos em movimento mesmo que fisicamente estejamos imóveis" (p.8). Enquanto processo (ou fenômeno), econômico, social e cultural, pressupõe a interação entre pessoas, economias, mercados e culturas, em todo o mundo. Neste processo as nações veem sua soberania, identidades e redes de comunicação sofrerem as consequências do fluxo de atores transacionais.

A diáspora de Maurício Dumbo

"...longe o suficiente para experimentar o sentimento de exílio e perda, perto o bastante para entender o enigma de uma chegada sempre adiada" (Stuart Hall).

A diáspora pressupõe o fenômeno do deslocamento, no espaço e no tempo; é o deslocamento do espaço primordial para um espaço desconhecido. Como vimos, as pessoas, muitas vezes famílias inteiras, ao migrarem para outros países, o fazem por diversos motivos. Independentemente de qual seja, estas pessoas deixam para trás familiares, histórias, identidades e afetos. É a experimentação do sentimento da ruptura e perda e a incessante busca pelo seu lugar no mundo.

No caso do Maurício, nosso entrevistado, o grande motivo foi a guerra civil angolana. Após se libertar de Portugal, o país foi assolado pela guerra, que durou 27 anos (1975-2002). As relações entre Brasil e Angola começaram a se estreitar justamente em 1975. De acordo com o site do Itamaraty, o Brasil foi o primeiro país a reconhecer a independência de Angola, neste mesmo ano.

Mauricio ficou cego aos 5 anos, em consequência do sarampo. Na ocasião, a família resolveu tratar a doença em casa, pois em função da guerra a maioria dos hospitais estava destruída, sem contar que as estradas possuíam minas terrestres. A partir desse dia, sua vida mudou. Acabou a rotina da criança que brincava e corria. Até que, em 2001, graças a um projeto de cooperação entre Brasil e Angola, ele teve a oportunidade de vir para o Brasil estudar. Maurício nos conta que "com 11 anos de idade, eu não sabia ler, eu não sabia escrever, mal falava Português, na verdade".

A mãe, D. Justina foi a grande responsável pela vinda do Maurício para o Brasil. Quando

o governo angolano fez a proposta de incluí-lo no projeto, ela imediatamente percebeu, ali, a oportunidade de tirar o filho daquele ambiente devastado e sem futuro. Maurício reconhece e agradece a sabedoria e o desprendimento da mãe:

> Hoje eu agradeço a minha mãe por não ser egoísta, né? Vamos dizer assim: ela passou por cima da saudade que ia sentir. Vamos dizer que ela arriscou. Deixar seu filho cego, de 11 anos para vir para um país. [...] Ela só pensou em coisa melhor para mim, que foi o que o governo falou pra ela. Graças a Deus ela não foi egoísta, pensou em mim, também. Que realmente, em Angola, minha vida ia estar estagnada.

Em princípio, Maurício não queria vir. Criança, deficiente visual e longe da mãe: não parecia uma boa ideia. E de novo, entra em cena a D. Justina. Mesmo sem saber ler nem escrever, a sabedoria, adquirida ao longo de uma vida de dificuldades, se impôs. Ela sabia que o futuro do Maurício dependia daquela oportunidade. De forma matreira, ela convenceu o filho, conforme ele próprio nos conta em meio a risos: "eu tinha 11 anos de idade, era deficiente visual, né. Aí, em princípio, falei que não queria ir. [...] Aí minha mãe, muito inteligente [...] falou que eu ia conhecer o Adriano, que jogava no Flamengo, vai conhecer o Ronaldinho Gaúcho, vai conhecer a Taís Araújo."

Já se passaram 19 anos desde a chegada do Maurício. São histórias de acolhimento, conflitos e resiliência. Em Curitiba, trabalhou no Tribunal de Justiça do Paraná, mas nesta mesma época sua história já tinha sido atravessada pelo futebol, o que fez mudar completamente a sua vida e hoje deixar o Direito de lado e ser um atleta de alto desempenho, ala da Seleção de Futebol de 5.

Embora a história possa ser entendida como linear, o significado da narrativa continua em movimento, em função dos novos elementos, contatos, vivências e experiências. Ianni (1997) diz que a história não se desenvolve de maneira contínua e sequencial, mas que ao longo da sua trajetória "adquire movimentos insuspeitados, surpreendentes" (p.7). O autor chama estes movimentos de rupturas e que são nelas que surgem as novas e inesperadas possibilidades.

Vinculação física e simbólica por meio do futebol

A vinculação ao novo lugar faz parte do processo Territorialização-Desterritorialização-Reterritorialização

(TDR), que possui aspectos físicos e simbólicos. É na reterritorialização, por meio da ação protagonista dos imigrante-refugiados, que ocorre o desenvolvimento das novas territorialidades que, de forma contínua e paulatina, engendra novas ressignificações, contatos e convívios, fazendo com que o novo território se transforme em lugar, que enquanto espaço vivido é carregado de novos significados.

Em 2001, graças a uma parceria entre os governos de Brasil e Angola, um grupo de 24 crianças e jovens angolanos, com deficiência visual, veio para o Brasil, sem os seus pais para terem oportunidades de educação. Vale informar que em Angola há cerca de dez línguas oriundas dos grupos étnicos, mas a Língua Portuguesa é o idioma oficial. Além de ensinarem os jovens a se comunicarem em Português, a parceria visava a aprendizagem do Braille.

Inicialmente o grupo morou em Juiz de Fora, mas, no mesmo ano, no mês de agosto, foi transferido para a cidade de Curitiba, onde viveu no Instituto Paranaense de Cegos, até 2010. Após, o consulado angolano alugou uma casa para os jovens e continuou custeando a permanência deles no país. Em novembro de 2014, o consulado informou que todos deveriam retornar para Angola. “Eles pararam de pagar nossas despesas, vivemos graças à ajuda do povo de Curitiba, que nos abraçou. Eu ganhei uma bolsa de estudos na universidade onde estudava e pude me formar em Direito”, explica.

O Brasil, *locus* de desenvolvimento da nova territorialidade de Maurício, é a representação de uma sociedade globalizada e pós-moderna, carregada de significados e significantes. Em seus aspectos físicos, o processo TDR, corresponde à saída das pessoas de seus locais de origem e a chegada/acolhimento a outro lugar (HAESBAERT, 2014). Um dos aspectos a serem considerados é o sentido sociocultural do processo TDR. Neste sentido, as identidades territoriais são desenraizadas e enfraquecidas fazendo com que o território perca o sentido e se transforme em um “não lugar” (AUGÉ, 1992).

Quando Maurício chegou ao Brasil, ele sequer sabia que o deficiente visual poderia jogar futebol. Ainda em Juiz de Fora, ele começou a prática esportiva, mas era de maneira adaptada, pois não existia a bola com guizo. Na associação onde morava, colocavam sacos plásticos na bola para que,

com o ruído, ele soubesse onde estava a bola. “Quando eu estava brincando sozinho e a sacola rasgava que era o problema. Acabada a brincadeira da criança”, conta de maneira bem humorada.

O futebol foi basilar para a interação de Maurício aos hábitos brasileiros e até a própria prática do idioma. Quando ele chegou em Curitiba, passou a praticar o esporte já com a bola de guizo. Vários garotos, de diversas idades jogavam juntos.

> Quando eu cheguei, eu falava o Português errado e as pessoas ficavam rindo de mim. Quando eu jogava bola, eu esquecia isso e chamava os caras para tacar a bola para mim, falava as jogadas. O futebol contribuiu para meu desenvolvimento no Português e para a interação. A maior parte de minhas amizades surgiu no futebol. As pessoas me chamavam para ir na casa delas comer um churrasco. O esporte é para quebrar qualquer barreira. Passar uma excelente educação. Você tem que respeitar o seu adversário. Você ganha tem que cumprimentar e quando perde também.

A fala de Maurício nos remete a importância que um esporte pode ter ao contribuir para a sensação de pertencimento e ao senso de comunidade. Ou seja, um estrangeiro, de 11 anos, que mal falava Português, foi se desenvolvendo no esporte à medida que se aprimoravam também as suas relações em comunidade. Como aponta Bauman (2004), comunidade produz uma sensação boa por causa dos significados que a palavra carrega: é a segurança em meio à hostilidade. Segurança essa essencial para uma pessoa como Mauricio que, meses antes, precisava ter cuidado ao pisar no chão, pois poderia ter uma mina. “Quando eu cheguei em 2001, fiquei desesperado com os barulhos dos rojões. O Atlético Paranaense foi campeão e eu me escondi embaixo da cama, com medo do que estava acontecendo lá fora”, disse. Aos poucos Mauricio foi entendendo os próprios códigos sociais desta comunidade esportiva e o que significavam os fogos, rojões, gritos, ou seja, a sonoridade de uma partida oficial de futebol antes, durante e depois.

Corroborando com Kunz (2004), a competência social é desenvolvida pela tematização das relações e das interações sociais. Ou seja, Mauricio não aprendeu somente a jogar futebol, mas sim o que era o futebol na própria sociedade brasileira.

> Logo no meu primeiro treino, eles começaram a me mentir, dizendo que eu levava jeito. Eu levei uma bola no estômago e fiquei traumatizado, mas os meninos brincaram comigo, falaram que eu tinha que ser homem. E logo eu fui perdendo o medo e voltei a jogar. Em 2006, estava jogando meu primeiro campeonato e já fiz gol. No futebol de campo, gostam de empurrar o gol para o novato, como no futebol de 5 o goleiro enxerga, sobrou para mim a zaga. Mas meu treinador viu que eu levava jeito e me colocou como ala, posição que jogo até hoje.

Em 2007, Maurício foi para outro time de Curitiba, a Adevipar (Associação dos Deficientes Visuais do Paraná) onde permaneceu até 2011. Em 2009 já veio o convite para treinar com a seleção, mas ele não poderia porque não havia sido dado a entrada em sua naturalização. Em 2012, Maurício foi para São Paulo, jogar na Apadv (Associação de Pais Amigos e Deficientes Visuais) e em 2013, na Aedv (Associação Esportiva dos Deficientes Visuais do Estado do Paraná.

Em 2014 foi para o Agafuc (Associação Gaúcha de Futsal para Cegos), onde é atleta até hoje. A Agafuc surgiu em 2010 e é uma das principais instituições da modalidade. Para se ter ideia, Mauricio e seus companheiros de time ganharam, em 2019, o bicampeonato da Super Copa do Brasil de Futebol de 5, o bicampeonato do Regional Sul / Sudeste de Futebol de 5, o tetracampeonato Brasileiro de Futebol de 5. Em 2020, a equipe já conquistou o tricampeonato da Super Copa de Futebol de 5.

Nesta associação, Maurício ganhou todo o apoio para se naturalizar brasileiro e chegar à Seleção Brasileira, em 2016. Tempo suficiente para participar das Paralimpíadas. Nas quatro edições que o Futebol de 5 esteve nas Paralimpíadas, a seleção ganhou medalha de ouro em todas. Foram 17 partidas, com 14 vitórias e três empates. Em uma partida de Futebol de 5, o silêncio é fundamental. Além de ouvir a bola, os jogadores ficam atentos às orientações dos chamadores, goleiro e técnico. Os ruídos só são permitidos na hora do gol, em faltas, lateral, tempo técnico ou qualquer paralisação da partida.

> As Paralimpíadas foi o momento que a gente mais se sentiu atleta de alto rendimento. O estádio estava lotado na final. Nos sentimos valorizados. A torcida não pode fazer barulho, mas a gente queria aproveitar este momento. É muito arrepiante e emocionante ouvir as pessoas gritarem: Brasil, Brasil.

Novamente, vemos o futebol trazendo elementos de pertencimento a um grupo, com a fala de nosso entrevistado. Como explicam Santos e Souza: “o esporte paralímpico representa uma das principais manifestações sociais de inclusão de pessoas com deficiência na sociedade e se configura como um ambiente de grande visibilidade para esse grupo social” (SANTOS; SOUZA, 2016, p.17).

Podemos afirmar ainda que os amigos de Maurício, que chegaram no Brasil com ele em 2001, também se vinculam ao país por meio

da própria Seleção. Segundo ele nos conta, os amigos se reúnem para torcer para a Seleção Brasileira de Futebol de 5 e para o amigo atleta. Também podemos considerar que Maurício não é cidadão brasileiro somente em quadra. A sua relação é de afetividade pelo país e pelas pessoas. “Eu me sinto parte do Brasil, como eu falei, eu cheguei aqui com 11 anos, em 2001 e já estou aqui há 19 anos, Angola só me nasceu. Quem me tornou cidadão foi o Brasil. Eu adotei, é minha pátria de coração. Eu quero fazer bonito para o meu país”.

O desempenho de Maurício na seleção deve-se muito ao seu empenho também fora de campo. Como atleta de alto rendimento que é, realiza treinos físicos diários, duas vezes ao dia, na cidade onde mora e terças e sábados vai até a Agafuc para os treinos táticos. A Seleção Brasileira também dá o suporte enquanto eles estão nos clubes.

> Temos nutricionista, dieta e indicação de suplementos. Preparador físico, treinador, auxiliar técnico. A seleção chega mais perto do profissional. O atleta da seleção está bem amparado. Os clubes não têm condições de dar todo este aparato, por falta de visibilidade do futebol de 5. Quando teve as Paralimpíadas, a mídia mostrou bastante e para muitos ficou que a gente só joga neste campeonato. Somos atletas e jogamos todo o ano.

A não cobertura midiática pode contribuir para a falta de visibilidade do futebol de 5. Como explica Hilgemberg (2018), o esporte é um produto e, desta forma, o valor dado pela mídia a qualquer evento é representativo dessa percepção. A autora explica ainda que não existe uma equação padrão que calcule o valor de cobertura midiática, mas que a atração midiática é baseada em uma combinação de fatores sociais, econômicos e até políticos.

Em 2020, teríamos novamente as Paralimpíadas e, possivelmente, atletas paralímpicos retornariam aos noticiários esportivos. O coronavírus comprometeu o calendário do evento, bem como o próprio treinamento dos atletas. Maurício investiu em aparelhos de musculação e esteira para treinar em casa. “O preparador físico manda os treinos pelo Whatsapp. Estamos nos adaptando e nos virando, usando a criatividade”. É a tentativa de mitigar a impossibilidade de sair de casa para os treinamentos para (quem sabe daqui a um ano) estar em campo novamente no maior evento esportivo do mundo, vestindo as cores do seu país de coração.

Conclusão

Em todo o mundo, a questão da migração em massa tem impactado de muitas maneiras na economia e na vida cotidiana de muitas nações e de várias comunidades. Ao migrarem, estas pessoas deixam para trás uma vida para muitos deles não mais possível. A adaptação e a vinculação ao novo lugar fazem parte de um movimento contínuo de produção de novas territorialidades que, por sua vez, faz parte do processo denominado Territorialização-Desterritorialização-Reterritorialização (TDR).

Em seus aspectos físicos, este processo corresponde à saída das pessoas de seus locais de origem e a chegada deles a outro lugar. No continuum desterritorialização-reterritorialização, essas pessoas têm suas identidades territoriais desenraizadas e esmaecidas, fazendo com que o território conhecido perca o sentido. E com esse sentimento de não pertencer a nenhum lugar, essas pessoas, na maioria das vezes precarizadas, precisam negociar novos espaços, físicos e simbólicos.

O esporte surge como um elemento de vinculação, tanto física quanto simbólica, dando a estas pessoas o sentimento de pertencimento, necessário para o desenvolvimento de uma nova territorialidade e resgate da cidadania. Maurício Dumbo, nosso entrevistado, é um refugiado angolado e deficiente visual. Ele chegou no Brasil em 2001, com 11 anos, graças a um projeto de cooperação educacional entre Brasil e Angola. Ainda criança, sua vida foi atravessada e transformada pelo futebol. O esporte não o ensinou somente táticas, posicionamentos e treinamentos físicos, mas trouxe noções de Língua Portuguesa e contribuiu para sua formação cidadã. De maneira paulatina e contínua, ele foi negociando com a cultura local seus próprios espaços, graças à força agregadora e vinculadora do esporte. Embora árduo, é também gratificante este caminho de construção de novas territorialidades, neste ambiente plural e agregador propiciado pelo futebol.

Referencias

AUGÈ, Marc. Não lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 2012.

BAUMAN, Zigmunt. Globalização: as consequências humanas. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

____. Identidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BRASIL. Itamaraty. Disponível em: <http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/ficha-pais/4817-republica-de-angola#:~:text=O%20Brasil%20foi%20o%20primeiro,Angola%2C%20em%20novembro%20de%201975>. Acesso em 13/09/2020.

HAESBERT, Rogério. Viver no limite: território e multiterritorialidade/transterritorialidade em tempos de in-segurança e contenção. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014.

HALL, Stuart. Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2009.

HILGEMBERG, Tatiane. O momento congelado no tempo: análise das fotografias publicadas pela Folha de S. Paulo na cobertura dos Jogos Paralímpicos 2016. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Joinville - SC – 2 a 8 de setembro de 2018.

IANNI, Octavio. Teorias da globalização. 4ª ed., Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1997.

KUNZ, Elenor. Transformação didático-pedagógica do esporte. Ijuí: Editora Unijuí, 2004.

ONU. Esporte para o Desenvolvimento e a Paz: Em Direção à Realização das Metas de Desenvolvimento do Milênio - Relatório da Força Tarefa entre Agências das Nações Unidas sobre o Esporte para o Desenvolvimento e a Paz. Disponível em: http://arquivo.esporte.gov.br/arquivos/publicacoes/esporteParaDesenvolvimentoPaz.pdf. Acesso em 20 jun. 2020.

SANTOS, Silvan Menezes dos; SOUZA, Doralice Lange de. O esporte paralímpico na ou da mídia? Uma revisão de literatura. VIII Congresso Sulbrasileiro de Ciências do Esporte - Criciúma-SC – 8 a 10 de setembro de 2016.

eWOM: Comprender la intención de proporcionar en línea: Críticas através de las culturas

Sindy Chapa
Nivia Escobar Salazar
Faren Karimkhan

Resumen: El Internet es una herramienta dominante en la sociedad actual. El cuál es utilizado por una multitud de marcas para vender productos y aumentar su reconocimiento. Al igual que con cualquier producto o servicio, las recomendaciones pueden ser transmitidas boca a boca o al igual puede ser informado mediante el poder del 'boca a boca' electrónico (eWOM). Escribir comentarios en línea sobre productos o servicios puede resultar beneficioso o perjudicial para una empresa, dependiendo de la actitud e intención del revisor. La presente investigación utiliza un método de investigación cuantitativa, mediante el uso de un cuestionario en línea para examinar los factores impactantes que conducen a generar eWOM en todas las culturas. Los resultados mostraron una correlación lineal positiva entre la actitud hacia las revisiones en línea y el comportamiento de compra. Además, se encontró una correlación lineal positiva entre la actitud hacia las revisiones en línea y la probabilidad de escribir una revisión en línea. Los resultados también sugirieron una correlación lineal positiva entre el comportamiento de compra y la probabilidad de escribir una revisión en línea. Finalmente, se encontró una correlación lineal positiva entre el grado de individualidad/colectividad y la probabilidad de dejar una revisión en línea.

Palabras clave: eWOM, Mercadeo Multicultural, Contenido generado por el consumidor, Comportamiento de compra en línea.

Introducción

El crecimiento del uso de Internet y el fácil acceso a dispositivos tecnológicos en los últimos años ha influido en muchos aspectos de la vida cotidiana, incluyendo las compras. Según las estadísticas de 2017, hay aproximadamente 3.600 millones de usuarios de Internet en todo el mundo (Internetlivestats, 2017), y el 89% de esta población ha usado Internet para comprar o encontrar información sobre sus decisiones de compra (Internetlivestats, 2017).Las principales diferencias entre las compras tradicionales y las compras en línea es la ausencia de experiencia personal y tangible del producto; por lo tanto, cuando los consumidores no pueden evaluar el producto y las cualidades en persona, a menudo dependen de eWOM para reducir la incertidumbre sobre la calidad del producto y la veracidad del vendedor (Hankin, 2007).

eWOM se define como "toda la comunicación informal realizada por los consumidores con la ayuda de la tecnología basada en Internet que está relacionada con las características o el uso de productos y servicios específicos o sus vendedores."(Litvin et al., 2008) la cuál podría ser una comunicación positiva o negativa sobre una empresa o producto (Hennig-Thurau et al., 2004). En los últimos años, muchas investigaciones han examinado la importancia de eWOM para empresas y marcas. Cada vez más consumidores cuentan con eWOM como fuente de información para tomar sus decisiones de compra. (Hennig-Thurau et al., 2004). Por ende, es esencial que los especialistas en mercadeo entiendan primero el proceso que lleva a generar esta valiosa fuente de información y luego influyan en este proceso para lograr sus objetivos comerciales.

Según informes estadísticos, el 92% de los usuarios de Internet leen comentarios de productos antes de tomar una decisión de compra. El 89% ha informado que las revisiones influyen en sus decisiones de compra (e-tailing group; Dixit, Badgaiyan, Khare, 2019). Además, el 90% de los consumidores confiaron en las recomendaciones en línea de personas que conocían, mientras que alrededor del 70% de las personas confiaron en las opiniones de usuarios desconocidos (Econsultancy, 2009). Tanto el voz a voz electrónico como el voz a voz tradicional dependen de la comunicación entre los consumidores. También se ha identificado como más confiable y con mayor

impacto en las decisiones de compra de los clientes que otros canales de comunicación (Goldsmith & Horowitz, 2006; Katz & Lazarsfield, 1995). Otro estudio de (Nielsen, 2012) sugiere que los comentarios en línea de los consumidores es la segunda forma de publicidad más confiable después de las recomendaciones de amigos y familiares, lo que explica la importancia de eWOM. En los últimos años, eWOM ha sido considerado aún más efectivo e impactante que WOM tradicional (Jeong, Jang, 2011), en los procesos de toma de decisiones de los clientes. Además, los académicos sugirieron que existe una correlación positiva significativa entre eWOM y el crecimiento de las ventas de la empresa (Clemons et al., 2006). Sí bien es cierto, las críticas positivas pueden actuar a favor de las marcas, las eWOM negativas pueden ser un riesgo amenazante incluso para las marcas populares. Rudolph (2015), sugiere que el 86% de los compradores dudan en comprar en empresas donde han leído críticas negativas. Por lo tanto, se puede concluir que eWOM desempeña un papel muy importante en las estrategias de mercadeo actuales y debe estudiarse y analizarse atentamente.

Al igual que muchos otros comportamientos sociales y en línea, eWOM tiene raíces en valores culturales como el colectivismo, el altruismo y las conexiones sociales (Moon, Chadee y Tikoo, 2014). Por lo tanto, es importante estudiar las motivaciones de la participación en dicho comportamiento en el contexto cultural. También es importante tener en cuenta el creciente del poder adquisitivo entre los grupos étnicos en los Estados Unidos en la última década, que también intensifica la importancia del multiculturalismo en la investigación de mercados (Humphreys, 2013).

Investigadores anteriores han señalado la necesidad esencial de la investigación académica para comprender las motivaciones de los consumidores, para participar en la comunicación en las redes sociales mediante la exploración de las intenciones detrás de escribir comentarios y dejar comentarios en las redes sociales (Wolny, Mueller, 2013). Sin embargo, se necesita investigación para identificar las oportunidades para que las marcas entiendan y posiblemente influyan en la participación de los consumidores en la comunicación eWOM (Wolny, Mueller, 2013).

Para ayudar a llenar los vacíos teóricos y empíricos en la literatura de eWOM en la comunicación de mercadeo multicultural, el

presente estudio tiene la intención de probar un marco conceptual extraído de la teoría del comportamiento planificado, la persuasión y las dimensiones culturales de Hofstede, para examinar la diferencia entre 4 grupos étnicos principales en los Estados Unidos. Estos cuatro grupos son: blancos, afroamericanos, hispanos, y asiáticos americanos. Éste estudio medirá las motivaciones para participar en contenido generado por el consumidor y eWOM, específicamente redacción y uso compartido de reseñas en línea.

Este estudio tiene como objetivo explorar los factores que fomentan o desalientan el intercambio de información sobre un producto en una plataforma en línea en todos los grupos étnicos, al mismo tiempo que comparan las intenciones de los blancos no hispanos, afroamericanos, asiáticos e hispanos para crear eWOM. Específicamente, este estudio explorará si los hábitos de compra en línea, las actitudes hacia eWOM y las variables sociodemográficas influyen en la intención de los consumidores de escribir y compartir una revisión en línea de un producto. Comprender qué motiva a los consumidores a interactuar con historias y contenido relacionados con la marca en línea es importante y beneficioso para que las marcas logren un conocimiento más profundo del comportamiento del consumidor y puedan alentar o desalentar estos procederes. Esto puede ser beneficioso para los especialistas en mercadeo en busca de inspiración en términos de campañas publicitarias e incluso de desarrollo de nuevos productos, lo que se conoce como "abastecimiento colectivo" y "co-creación". (Storbacka, Frow, Nenonen y Payne, 2012; Wolny, 2009). El resultado de este estudio también sería útil para que los especialistas en mercadeo apunten a estos grupos étnicos al comprender mejor sus comportamientos en línea relacionados con las compras.

A los fines de esta investigación, averiguaremos revisiones de productos en línea. Las revisiones en línea son importantes y se han considerado inmensamente en términos de su influencia en los consumidores. Sin embargo, no se han realizado muchas investigaciones que exploren las intenciones de los consumidores de escribir reseñas en línea. Centrándose en la motivación para participar en eWOM relacionados con la marca, esta investigación tiene como objetivo ayudar a las marcas a obtener una comprensión más profunda del comportamiento del consumidor en varias culturas. En resumen,

dado que los consumidores se vuelven más dependientes de la búsqueda de información en línea, una mayor investigación sobre eWOM puede ser extremadamente beneficiosa para los minoristas de ropa en línea y otros investigadores.

Marco Teórico y conceptual

eWOM y revisiones en línea

Escribir comentarios en línea es una forma de contenido generado por el consumidor. De hecho, eWOM y CGC son conceptos relacionados (Wang y Rodgers, 2011). El contenido generado por el consumidor es contenido de Internet creado y publicado por los consumidores (Wang y Rodgers, 2011). Del mismo modo, eWOM es una declaración positiva o negativa hecha por clientes potenciales, reales o anteriores sobre un producto o empresa, que se pone a disposición de muchas personas a través de Internet (Wang y Rodgers, 2011). Dentro del campo de la comunicación de mercadeo, sigue habiendo un creciente interés en el boca a boca electrónico entre los investigadores. Debido a que el Internet ha cambiado la forma en que los consumidores compran, recopilan información y especialmente la forma en que interactúan entre sí (Hennig-Thurau et al. al.2004, p 39). Como resultado, el término boca a boca electrónico llegó a explicar el nuevo componente electrónico que influye en el boca a boca tradicional. eWOM se define como "cualquier declaración positiva o negativa hecha por clientes potenciales, reales o anteriores sobre un producto o empresa, que se pone a disposición de una multitud de personas e instituciones a través de Internet" (Hennig-Thurau et al. 2004, p 39). Esto hace que permita a los consumidores interactuar entre ellos, compartir información relacionada con el producto y tomar decisiones informadas de compra a través de Internet (Hennig-Thurau et al. 2004, p 39). Algunos argumentarán que eWOM se ha convertido en la forma preferida de compartir información en algunas circunstancias. La investigación previa ha analizado varios tipos de eWOM, incluidos foros de discusión, revisiones de productos en línea, blogs y sitios de redes sociales (SNS) (King, Racherla, Bush, 2014). Por lo tanto, las revisiones en línea se consideran una forma de eWOM que resulta crucial para los consumidores que intentan obtener más información sobre un producto o servicio, antes de continuar con su intención de compra (Duan, Gu y Whinston 2008).

En este contexto, las revisiones en línea se definen como evaluaciones y/o calificaciones de un producto específico hechas por un consumidor respectivo (Duan, Gu y Whinston 2008). Los sistemas de revisión de consumidores en línea están creciendo en popularidad, ya que los consumidores pueden acceder a información e intercambiar opiniones y una multitud de compañías, productos y marcas a gran escala (Duan, Gu y Whinston 2008). Con una cantidad tan diversa y abundante de información en Internet, los consumidores tienen libertad para acceder y evaluar información sobre marcas y productos. Según Invesp, una empresa muy involucrada en el comercio electrónico, el 90% de los consumidores leen reseñas en línea antes de visitar un negocio, y hasta el 88% de los consumidores confían en las revisiones en línea tanto como en las recomendaciones personales (Rudolph, 2015). En términos de intención de compra, es probable que los consumidores gasten un 31% más en un negocio con excelentes críticas (Rudolph, 2015). Mirando estas estadísticas, eWOM demuestra ser una herramienta poderosa cuando se trata de influir en los consumidores sobre ciertas marcas o productos. Las revisiones en línea y eWOM en general tienen un efecto significativo en la intención de compra del consumidor y en cómo perciben las marcas y los productos (Duan, Gu, and Whinston 2008).

Impacto de las redes sociales en el mercadeo viral

El Internet se está convirtiendo cada vez más en una utilidad para que muchas personas se comuniquen y compartan ideas en una amplia plataforma. Un estudio realizado por Abedniya, A. y Mahmouei en 2010, demuestra que los sitios web de redes sociales con personajes motivadores están creciendo rápidamente en popularidad y, por lo tanto, pueden cumplir el papel de una forma de alcanzar e interactuar entre los miembros (Abedniya, A., & Mahmouei, S. S. 2010). También sostienen que factores como la diversión, el contenido impulsado por la comunidad y la facilidad de uso percibida contribuyen a la rápida difusión de los medios a su audiencia (D.Sledgianowski, 2009). Atraer audiencias a los medios llega a través de una serie de características motivacionales. La masa crítica, o el grado en que el círculo social utiliza una red social también es importante en este contexto

(D.Sledgianowski, 2009). Estas características impulsan una plataforma hacia adelante y, por lo tanto, tienen una mayor importancia dentro de sus respectivas audiencias. Como estrategia de mercadeo, esta idea de mercadeo viral es efectiva y demuestra ser una herramienta importante para todas las empresas con recursos de mercadeo limitados. Este uso comercial de las redes sociales puede ayudar a impulsar una marca hacia adelante, al tiempo que llega a estas comunidades impulsadas por el contenido (Ho, Dempsey, 2010).

Facilitar esta acción promueve el conocimiento de la marca y, a su vez, la probabilidad de compra (Clemons et al., 2006). En el contexto de la escritura de revisión, tener una plataforma que promueva estas características motivacionales mencionadas afectará directamente los niveles de compromiso (Wojnicki y Wilner, 2010). Como las redes sociales tienen pocas barreras, hay una entrada abierta para cualquier parte interesada, pero como resultado, es necesaria una investigación estratégica (Dempsey, 2010). Las empresas deberían centrarse en cómo dirigirse mejor a los consumidores a través de sus plataformas para que sean más propensos a escribir comentarios positivos en línea, independientemente de su origen étnico. Si hay un grupo demográfico que muestra hábitos de redacción de reseñas en línea negativas más significativas, entonces está en el trabajo de la empresa crear una plataforma más inclusiva que fomente revisiones en línea positivas y efectivas. La mejor manera de influir en el mercado previsto depende en última instancia de cómo una empresa implementa su respectiva estrategia de redes sociales.

Intención de los consumidores de comprar en línea

Las compras por Internet son un fenómeno cada vez más creciente que ahora es común en nuestra cultura. El potencial para el comercio electrónico solo continuará creciendo con el advenimiento de la tecnología, dejando espacio para que las empresas aprovechen esta plataforma (Morris & Venkatesh, 2000). Por lo tanto, es imprescindible comprender el comportamiento del consumidor y la intención de compra, y cómo se relacionan con las revisiones en línea. La relación entre eWOM y la intención de compra de los consumidores se ha estudiado durante años (Bickart y Schindler, 2001, Chan y Ngai, 2011, Kumar y Benbasat, 2006, Park et al., 2007,

Zhang et al., 2010). Recientemente, se realizó una investigación que examinó esta relación mediante el análisis de las características de una revisión en línea. Específicamente, el estudio explica los determinantes de la información de eWOM en las redes sociales que influyen en las intenciones de compra de los consumidores a través del modelo probado, el Modelo de aceptación de información (IACM) (Evans & Erkan, 2016). El modelo fue una extensión del IAM y explica que la influencia de eWOM en las redes sociales depende de las características de la información de eWOM, como la calidad y la credibilidad de la información, así como del comportamiento de los consumidores hacia la información de eWOM (Evans & Erkan, 2016) Se descubrió que ambas características de la información de eWOM y los comportamientos de los consumidores hacia la información de eWOM tienen un impacto positivo en las intenciones de compra de los consumidores (Evans y Erkan, 2016) Resultados como este justifican la necesidad de una comprensión del comportamiento del consumidor y de eWOM especialmente.

Además de los hallazgos anteriores, se dice que las normas subjetivas juegan un papel importante en cómo influyen en el comportamiento general de compra. En este contexto, la norma subjetiva se refiere a los elementos externos que influyen en los comportamientos de uno (Kim, 2016). Ya se trate de presiones sociales o culturales, las personas generalmente siguen las normas de la sociedad (Kim, 2016). Ya se trate de presiones sociales o culturales, las personas generalmente siguen las normas de la sociedad (Yi Jin Kim, 2016). Si existe una abrumadora mayoría sobre un tema, los que están a distancia generalmente se mueven hacia la mayoría como una norma percibida. Según este estudio, la norma subjetiva y la utilidad percibida parecen tener influencias significativas y positivas en la intención de compra en línea (Yi Jin Kim, 2016). Estos hallazgos presentan el potencial que tienen las revisiones en línea dentro de este entorno. Si la plataforma en la que se realizan las revisiones se percibe como fácil y útil, hay más incentivos para participar. Además, si la plataforma cae dentro de la norma subjetiva de los consumidores, las revisiones tendrán más peso, en el sentido de que serán atendidas por los lectores. El comportamiento en línea es crucial cuando se trata de comprender qué impulsa la intención de compra. En este contexto, las revisiones en línea crean una norma subjetiva

y social para los consumidores, lo que finalmente causa influencias en la intención de compra y el comportamiento de compra. Sería lógico que cuantas más revisiones haya, y cuanto más fácil sea acceder a dichas revisiones, más significativa será la influencia para el consumidor.

Marco metodológico

Teoría del comportamiento planificado

La teoría del comportamiento planificado surgió después de la teoría de la acción razonada (Ajzen, 2006). Ambas teorías investigan las motivaciones e intenciones que influyen en el comportamiento humano. Tales intenciones que se han investigado previamente utilizando estas teorías incluyen la intención de escribir una revisión en línea. Específicamente, adoptamos la Teoría del Comportamiento Planificado como la base teórica para nuestro estudio. Como una extensión de la teoría de la acción razonada, TPB se incorporó en un tercer predictor de intenciones conocido como control conductual planificado (PBC), que es el peso percibido de hacer el comportamiento. Dicho brevemente, el TPB establece que el comportamiento humano se guía por tres cosas: creencias sobre las probables consecuencias u otros atributos del comportamiento (creencias conductuales), creencias sobre las expectativas normativas de otras personas (creencias normativas) y creencias sobre la presencia de factores que pueden aumentar o dificultar el desempeño del comportamiento (creencias de control) (Ajzen, 2006).

El TPB se ha utilizado para comprender y predecir el comportamiento humano en varios campos. Por ejemplo, TPB se ha utilizado para explicar la intención del conductor de cometer infracciones de manejo (Parker, 1992). Otro estudio realizado por Ya-Yueh utilizó TPB para estudiar la banca por Internet (Shih, 2004). Un estudio en particular examinó la investigación relacionada con eWOM. Utilizando TPB y el marco Big-Five, tuvo como objetivo examinar los factores que influyen en la intención de los consumidores de escribir una revisión en línea (Picazo-Vela, Chou, Melcher y Pearson, 2010). En su modelo, utilizaron los conceptos TPB de actitud, norma subjetiva, control conductual percibido y presión percibida para determinar la intención del individuo de proporcionar una revisión en línea. El marco Big-Five es un modelo de rasgos de personalidad con cinco factores generales, que representan la personalidad en el nivel más amplio de abstracción (Gosling, 2003).

Los conceptos utilizados del marco Big-Five incluyen: extroversión, neuroticismo, amabilidad, conciencia y apertura. Los resultados del estudio demostraron que el marco TPB y Big-Five predijeron las intenciones de los consumidores (Picazo-Vela, Chou, Melcher y Pearson, 2010). Los resultados indicaron que la actitud y la presión percibida fueron predictores significativos de la intención de un individuo de escribir una revisión en línea, mientras que la norma subjetiva y el control conductual percibido no tuvieron un impacto significativo basado en los conceptos del TPB. Además, se descubrió que dentro de los rasgos de personalidad Big-Five, el neuroticismo y la conciencia eran predictores significativos de la intención de un individuo. Tal como lo hizo este estudio, adoptaremos conceptos del TPB para descubrir qué efectos tiene la intención de los consumidores de proporcionar revisiones de ropa en línea.

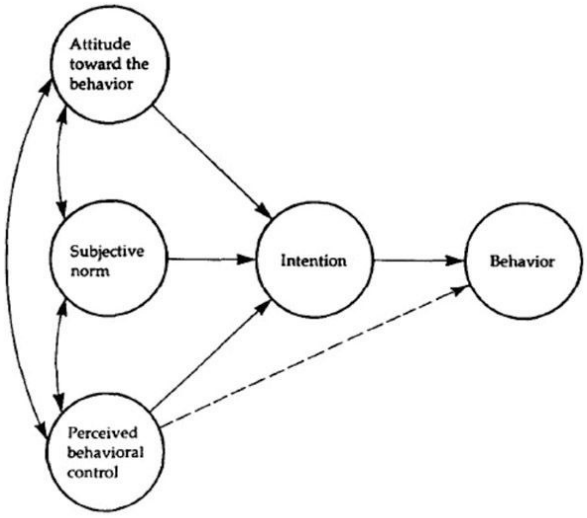


Figura. 1 Teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991).

Intención

La teoría del comportamiento planificado se utiliza en diversas investigaciones para analizar las intenciones de influir en el comportamiento del consumidor. Para este estudio, la intención se definirá como la voluntad de un individuo de proporcionar una revisión en línea (Picazo-Vela, Chou, Melcher y Pearson, 2010).

H1: Las actitudes hacia las revisiones en línea influirán en la intención de los consumidores de comprar un producto debido a una revisión en línea.

Actitud

En este contexto, la actitud generalmente es causada por creencias conductuales y, en última instancia, afecta el comportamiento. La actitud hacia un comportamiento está relacionada con los valores subjetivos de los resultados percibidos del comportamiento (Ajzen, 1991). Como una construcción dentro de la Teoría del Comportamiento Planificado, la actitud está determinada por las creencias y puede resultar directamente en cómo se comporta una persona y, en última instancia, en sus intenciones. La actitud generalmente se refleja en el comportamiento de una persona, y en el contexto de escribir reseñas en línea es subjetiva y parece evidente. Por lo tanto, planteamos la hipótesis de que los consumidores que consideran que tienen una actitud positiva hacia las revisiones en línea tendrán un efecto positivo en su intención de escribir una revisión en línea.

H2: Las actitudes hacia las revisiones en línea tendrán un efecto positivo en la intención de los consumidores de generar una revisión en línea.

Control conductual percibido

El control conductual percibido es solo una de las construcciones de la Teoría del comportamiento planificado. Este estudio definirá el control conductual percibido como el grado de facilidad o dificultad percibido por un individuo con respecto a proporcionar una revisión en línea (Picazo-Vela, Chou, Melcher y Pearson, 2010). Estudios previos han encontrado que existe una relación entre el control conductual percibido y la intención de un individuo. Con base en estos hallazgos de la investigación, planteamos la hipótesis de que las personas que consideran que proporcionar una revisión en línea como una tarea fácil tendrán una mayor intención de proporcionar una revisión en línea.

H3: La lectura de la opinión de los consumidores en línea (comportamiento o práctica) influye en la intención de los consumidores de generar una opinión en línea.

Identidad social

La teoría de la identidad social pretende ser una teoría psicológica social de las relaciones intergrupales, los procesos grupales y el ser social (Hogg y White, 1995). La idea básica de la Teoría de la identidad social es que una categoría social (p. Ej., Nacionalidad, afiliación política, equipo deportivo) en la que cae, y a la que se siente que pertenece, proporciona una definición de quién es en términos de las características

definitorias de la categoría. Esencialmente, es probable que las personas se sientan más cómodas y se identifiquen más con grupos que comparten sus propias características (Hogg y White, 1995).

Las personas tienden a verse a sí mismas como miembros de grupos específicos (en grupos) para diferenciarse de los demás (grupos externos) (Xu, 2014). Además, es más probable que las personas estén de acuerdo con sus grupos (Mackie, 1986; Platow et al., 2000). Se considera que la credibilidad de la fuente del grupo es mayor en comparación con la fuente del grupo externo (Turner, 1987; Xu, 2014, p. 4).

Al percibir la relevancia grupal de un problema, se descubrió que la identidad de la fuente de información alienta a las personas a procesar el mensaje con mayor confianza, ya que las personas tienden a reaccionar de manera más favorable a la información proveniente de su grupo (Platow et al., 2000; Xu, 2014, p. 4). Flanagin y Metzger (2000) sugieren que las opiniones de los consumidores están más influenciadas por las revisiones de personas con las que se identifican estrechamente. La confianza de los lectores es mayor cuando el fondo sociodemográfico percibido es similar al suyo. Investigaciones anteriores indican que los participantes del estudio tenían actitudes más favorables hacia un modelo que compartía su propio origen étnico (Jeong et al., 2014). Además, los participantes percibieron que el modelo con su origen étnico era más similar a ellos mismos y, por lo tanto, más creíble (Martin et al., 2004).

El impacto de la etnia en la generación de eWOM no ha recibido suficiente atención. Hasta la fecha, hay poca investigación sobre la generación de eWOM dentro de la categoría de productos de moda en las diferentes etnias. Gran parte de la literatura en el área de investigación de eWOM se ha centrado en la respuesta de los consumidores y su impacto en las decisiones de compra en lugar de la motivación inicial para comprometerse y generar eWOM. Por lo tanto, este estudio proporcionará un marco conceptual que explica algunos factores que influyen en la intención de los consumidores de proporcionar una revisión en línea. Adoptamos la teoría del comportamiento planificado y la teoría de la identidad social como el centro de nuestro marco. Específicamente, un sentido de pertenencia, el control del comportamiento percibido y la actitud determinan la intención del consumidor de proporcionar una revisión.

Esta investigación intenta responder la siguiente pregunta:

RQ1. ¿Existen diferencias en la intención de los consumidores de escribir una reseña en línea entre diferentes etnias?

eWOM y cultura nacional

En relación con eWOM, Ahrholdt (2011) dice que las calificaciones y recomendaciones de productos proporcionan señales importantes a los consumidores en los sitios web de venta minorista en línea. En estudios anteriores, se propone que el contenido generado por el consumidor puede proporcionar un tipo de señalización a los consumidores que puede ayudar a indicar la calidad de los productos vendidos dentro de la comunidad en línea, donde la señalización es consecuencia de su cultura nacional (Kalwan, M. y Lin , H., 2018). Con respecto al contexto en línea, es poco probable que los consumidores tengan conocimiento de la calidad del producto (Kalwan, M. y Lin, H., 2018). Para los revisores en línea, la atención, el tiempo y la exposición social pueden ser costos potenciales para escribir revisiones en línea. Además de esto, puede haber ciertos beneficios, como beneficios prosociales, estatus social y un lugar para la superación personal (Kalwan, M. y Lin, H., 2018). La facilitación de eWOM brinda a los miembros colectivos de la comunidad en línea la señal de la calidad del producto a través de calificaciones y reseñas (Eagly y Chaiken 1993; Lin 2017). Las revisiones proporcionadas brindan a los consumidores información que disminuye cualquier incertidumbre sobre la calidad del producto (Wathen, C. y Burkell J., 2002). Aquí, la comunidad puede revelar descriptores importantes de la experiencia de consumo, incluida la existencia de un producto, su popularidad, calidad, aprobación y riesgo potencial. eWOM señala la existencia y autenticidad de un producto (Eagly y Chaiken 1993; Lin 2017). En estudios anteriores, la confiabilidad de la fuente de información ha demostrado estar relacionada con la influencia potencial de esa fuente (Eagly y Chaiken 1993; Lin 2017), y los consumidores pueden tener más confianza en una decisión cuando proviene de una fuente confiable (Wathen, C., y Burkell J., 2002). El número de revisiones que recibe un producto indica la intensidad de los efectos de influencia social de WOM (Duan, Gu y Whinston 2008) y se espera que señale la popularidad del producto a los consumidores. Es probable que la simple existencia de revisiones señale

el respaldo social colectivo al aumentar la conciencia de los consumidores sobre los productos (Kalwan, M. y Lin, H., 2018). La cultura nacional juega un papel importante en la señalización y detección de eWOM. Distintas culturas en comunidades en línea y foros de internet representan dominios específicos de culturas de consumo (Merz, He y Alden 2008). Las revisiones señalan las virtudes y los riesgos del producto a los consumidores con la falta de información (Kalwan, M. y Lin, H., 2018). Dependiendo del contexto cultural, el proceso de señalización y detección difiere. Además, la cultura se relaciona directamente con diferentes patrones de señalización de eWOM en diferentes sitios web nacionales (Merz, He y Alden 2008).

RQ2. ¿Quién es más probable que escriba una crítica negativa en línea después de una mala experiencia?

En esta investigación, la participación de los miembros al proporcionar revisiones en línea fortalece su sentido de pertenencia. Se ha dicho que el sentido de pertenencia es un predictor de intención. Por ejemplo, Hausmann, Schofield y Woods realizaron un estudio sobre estudiantes universitarios afroamericanos. Se descubrió que el sentido de pertenencia era un predictor significativo de su persistencia en la universidad. Por lo tanto, hipótesis 4 dice lo siguiente:

H4: Cuanto mayor sea el nivel de pertenencia cultural, mayor será la intención de los consumidores de escribir una reseña en línea.

Diseño de la investigación

Metodología

Este estudio propone un marco integrado que adapta algunas de las variables de la teoría del comportamiento planificado y otros conceptos como el sentido de pertenencia de un individuo. Se utilizó un enfoque cuantitativo para esta investigación. Para probar las relaciones hipotéticas propuestas entre las variables en el estudio, se realizó una encuesta en línea. Los datos primarios se recopilaron utilizando un panel nacional realizado a través de Dynata, utilizando un método de muestreo aleatorio.

Muestreo

El número total de encuestados fueron 1097, quiénes salieron seleccionados al azar para participar en este estudio. La

muestra estaba compuesta por hombres adultos de EE. UU. (52%) y mujeres (48%). Principalmente, este estudio quería obtener una comprensión más profunda del comportamiento del consumidor en varias culturas, razón por la cual el origen étnico era una característica clave en la muestra. Específicamente, los grupos étnicos examinados en la muestra incluyen hispanos (20%), asiáticos americanos (15%), afroamericanos (15%) y

No hispanos / blancos (46%) y otras etnias (4%).

Instrumento

El estudio empleó un cuestionario en línea para evaluar las hipótesis para cada uno de los grupos étnicos (hispanos, asiático americanos, afroamericanos y no hispanos / blancos).

Los participantes fueron adquiridos de la empresa de recopilación de datos, DyData. Para evaluar las medidas con respecto a la intención del consumidor de escribir reseñas, a los participantes se les hicieron una serie de preguntas mediante una encuesta en línea. Las variables de interés fueron la intención del consumidor eWOM, el control del comportamiento percibido, el colectivismo y la actitud. Todas las construcciones se midieron utilizando una escala de elementos múltiples y se llevaron a cabo mediante una escala Likert (Likert, 1932) que va desde muy en desacuerdo hasta totalmente de acuerdo. Todas las medidas utilizadas fueron adoptadas de la literatura previa y modificadas para el contexto de este estudio. Para medir la actitud hacia eWOM, utilizamos una versión adoptada de la escala Review Utilityness y la escala de probabilidad de boca en boca (Moore 2015, p. 35); $\alpha = .736$. Para medir el impacto de las revisiones de amigos en la intención de compra, utilizamos una versión adoptada de la escala de ayuda de revisión y la escala de probabilidad de boca en boca (Zhang, Feick y Mittal 2014); $\alpha = .902$.

Resultados

La primera hipótesis "Las actitudes hacia las revisiones en línea tendrán una influencia positiva en la intención de los consumidores de comprar un producto," fue aceptada (ver Apéndice A). Para probar esta hipótesis, se realizó un conjunto de pruebas del coeficiente de correlación del momento del producto de Pearson. R = .588 de Pearson, que mostró una correlación lineal positiva entre la actitud hacia las revisiones en línea y el comportamiento de compra.

La segunda hipótesis "Las actitudes hacia las revisiones en línea tendrán un efecto positivo en la intención de los consumidores de generar una revisión en línea," fue aceptada (Ver Apéndice B). Los resultados de la prueba de correlación de momento del producto de Pearson, r = .516 de Pearson sugirieron una correlación lineal positiva entre la actitud hacia las revisiones en línea y la probabilidad de escribir una revisión en línea.

La tercera hipótesis "La intención de los consumidores en línea de generar una revisión en línea tiene una influencia positiva en la intención de los consumidores de generar una revisión en línea," fué aceptada (Ver Apéndice C). Para probar esto, se realizó un conjunto de prueba de correlación de momento y producto de Pearson y los resultados, r = .506 de Pearson, mostraron una correlación lineal positiva entre el comportamiento de compra y la probabilidad de escribir una revisión en línea.

Finalmente, también se aceptó la última hipótesis "cuanto mayor sea el nivel de colectivismo, mayor será la intención de los consumidores de escribir una reseña en línea" (ver Apéndice D). Los resultados de la prueba de correlación de momento y producto de Pearson, r = .229 de Pearson, sugirieron una correlación lineal positiva entre el grado de individualismo / colectivismo y la probabilidad de dejar una revisión en línea.

Para responder a la primera pregunta de investigación "¿Hay diferencias en la intención de los consumidores de escribir una revisión en línea entre diferentes etnias?", Se realizó un conjunto de prueba ANOVA, sin embargo, no se encontraron diferencias significativas entre las diferentes etnias (ver Apéndice E). Para responder a la segunda pregunta de investigación "¿Quién es más probable que escriba una revisión negativa en línea después de una mala experiencia?" Se realizó otro conjunto de prueba ANOVA, pero los resultados no mostraron diferencias significativas entre las etnias (ver Apéndice F).

Por último, para responder a la pregunta de investigación "¿Existen diferencias en la intención de los consumidores de escribir una revisión en línea entre diferentes géneros?", Se realizó un conjunto de prueba t para dos medias de muestra independientes que no mostró diferencias significativas y sugirió que hombres y mujeres son casi igualmente probable que escriba una revisión en línea (Ver Apéndice G).

Discusión

El resultado de este estudio puede mejorar el conocimiento del área de investigación de eWOM al ayudar a crear un patrón más sólido de lo que los académicos anteriores han sugerido y también al agregar nuevos hallazgos y llenar los vacíos, especialmente en el área del mercadeo multicultural. Los resultados del presente estudio intensificaron la importancia de la eWOM ya que demostró que las actitudes de los consumidores hacia las revisiones en línea pueden influir en su decisión de compra. Además, estos resultados sugieren que la actitud de los consumidores hacia eWOM puede ser un factor predictivo de la probabilidad de generar eWOM y la revisión en línea; lo cual puede ser crucial para una marca o empresa que está tratando de generar confianza en el cliente.

Por lo tanto, las marcas y los gerentes de mercadeo no solo deben preocuparse por la cantidad de información generada por el consumidor que está disponible en línea, sino que también deben pensar en la calidad de esa información. Finalmente, los resultados de este estudio mostraron que el nivel de colectivismo y pertenencia cultural también puede ser un factor predictivo para la intención de los consumidores de participar en la redacción de reseñas en línea y generar contenido en línea sobre un producto o servicio. Lo cual intensifica la importancia del conocimiento del mercadeo multicultural y muestra cómo los valores culturales pueden influir en el comportamiento en línea de los consumidores.

Aunque el hallazgo de este estudio no encontró diferencias significativas entre los grupos étnicos en su intención o actitud hacia eWOM, hay algunas cosas a considerar: 1. Los datos recopilados en este estudio no se distribuyen proporcionalmente entre los grupos étnicos, que es probable que tenga algunos impactos en los resultados de la prueba (solo el 4% de la categoría "otros"). 2. Aunque el método cuantitativo no encontró ninguna diferencia significativa en ese sentido, otros métodos de investigación en profundidad, como el grupo focal o la entrevista, pueden encontrar algunas diferencias significativas que el estudio actual no pudo abordar.

Implicaciones gerenciales

Los resultados de este estudio son útiles para que los especialistas en mercadeo logren una comprensión más profunda del comportamiento del consumidor y puedan

alentar (o desalentar) aún más la participación en eWOM u otros tipos de contenido generado por el consumidor. Estos hallazgos también pueden ser beneficiosos para los especialistas en mercadeo para inspirarse en términos de campañas publicitarias e incluso de desarrollo de nuevos productos, lo que se conoce como "crowdsourcing" y "co-creación". Estos resultados serían útiles para los especialistas en mercadeo al enfocarse en los grupos étnicos al comprender mejor sus comportamientos en línea relacionados con las compras, que están relacionados con sus valores culturales y sociales.

Además, otro debate en el área de eWOM se trata de revisiones poco éticas y "falsas", que en algunos casos son pagadas por las marcas para generar revisiones sesgadas en una máscara auténtica. Sin embargo, los resultados de este estudio sugieren que la actitud de los consumidores hacia los revisores puede afectar su decisión de compra. Por lo tanto, se puede concluir que las revisiones pagas y falsas no solo ganarán la confianza de los consumidores, sino que en realidad pueden tener un efecto inverso.

Limitación y dirección para futuras investigaciones

Los resultados de este estudio deben tratarse como hallazgos preliminares. El presente estudio se realizó en un corto período de tiempo y, especialmente, el tiempo de análisis de datos no fue lo suficientemente largo como para analizar todos los hallazgos posibles, como tener en cuenta algunas variables moderadoras, incluido el poder adquisitivo y la educación.

Para futuras investigaciones, sería beneficioso utilizar categorías de productos específicas en diferentes niveles de participación y diferentes niveles de precios para lograr una comprensión más profunda del comportamiento de compra en línea de los consumidores. Además, hay muchos otros factores y otros valores culturales que pueden influir en el comportamiento de compra y la probabilidad de dejar una revisión en línea, como el nivel de aculturación y la adaptación a la tecnología, que será interesante analizar en el futuro.

Refêrencias

Abedniya, A., & Mahmouei, S. S. (2010). The impact of social networking websites to facilitate the effectiveness of viral marketing. International Journal of Advanced Computer Science and Applications, 1(6), 139–146.

Ahuvia, A. C. (2005). Beyond the extended self: Loved objects and consumers' identity narratives. Journal of Consumer Research, 32(6), 171–184. doi: 10.1086/429607

Ajzen, I. (2006), Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior1. Journal of Applied Social Psychology, 32: 665-683.

doi:10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x

Blazevic et al., 2013 Vera Blazevic, Wafa Hammedi, Ina Garnefeld, Roland T. Rust, Timothy

Keiningham, Tor W. Andreassen, Naveen Donthu, Walter Carl

Beyond Traditional Word-of-Mouth: An Expanded Model of Customer Influence

Bloch, P. H. (1986). The product enthusiast: implications for marketing strategy. The Journal of

Consumer Marketing, 3(3), 51–62. doi: 10.1108/eb008170

Bloch, P. H., & Bruce, G. D. (1984). Product involvement as leisure behaviour. Advances in

Consumer Research, 11, 197–202.

Carolyn A. Lin, Xiaowen Xu, (2017) "Effectiveness of online consumer reviews: The influence of valence, reviewer ethnicity, social distance and source trustworthiness", Internet

Research, Vol. 27 Issue: 2, pp.362-380, https://doi.org/10.1108/IntR-01-2016-0017

Clemons, E.K., Gao, G.G., Hitt, L.M., 2006. When online reviews meet hyperdifferentiation: a study of the craft beer industry. J. Manag. Inf. Syst. 23 (2), 149–171.

D.Sledgianowski,S.kulviwat,(2009), —Using social network sites: The effects of playfulness,

critical mass and trust in a hedonic context‖, Journal of Computer Information Systems,pp.74-83

Dixit, S., Badgaiyan, A.J., 2016. Towards improved understanding of reverse logistics–Examining mediating role of return intention. Resour. Conserv. Recycling 107, 115–128.

Duan, Wenjing, Bin Gu, and Andrew B. Whinston (2008), "Do Online Reviews Matter? An

Empirical Investigation of Panel Data, "Decision Support Systems, 45 (4), 1007–16.

Eagly, Alice H., and Shelly Chaiken (1993), The Psychology of Attitudes. Fort Worth, TX:

Harcourt Brace Jovanovich.

Erkan, Ismail and Evans, Chris (2016). "The influence of eWOM in social media on consumers' purchase intentions: An extended approach to information adoption" Computers in

Human Behavior, Vol. 61, pp. 47-55.

Evans , M . (1989) Consumer behavior towards fashion . European Journal of Marketing 23 (1) :

63 – 69.

Flanagin, A.J. and Metzger, M.J. (2000), "Perceptions of internet information credibility",

Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol. 77 No. 3, pp. 515-540.

Goldsmith, R. E., & Horovitz, D. (2006). Measuring motivations for online opinion seeking.

Marketing Science, 23(4), 545–560.

Gosling, S., Rentfrow, P., & Swann, W. (2003), "A very brief measure of the Big-Five personality domains", Journal of Research in Personality, Vol. 37, Issue 6, pp. 504-528.

Gu, B., Park, J., & Konana, P. (2012). The impact of external word-of-mouth sources on retailer sales of high-involvement products. Information Systems Research, 23(1), 182–196. doi: 10.1287/isre.1100.0343

Hankin, L., 2007. The effects of user reviews on online purchasing behavior across multiple product categories. Master's final project report, UC Berkeley School of

Information. [online] available at: 〈 http://www.ischool.berkeley.edu/files/ sLhankinreport.pdf〉 .

Hennig-Thurau, T., Gwinner, K.P., Walsh, G., Gremler, D.D., 2004. Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate

themselves on the internet?? J. Interact. Market. 18 (1), 38–52.

Hennig-Thurau et al., 2004 Thorsten Hennig-Thurau, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, Dwayne D. Gremler Electronic Word-of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?

Humphreys, J.M. (2013), "The Multicultural Economy 2013", The University of Georgia, The

Selig Center for Economic Growth, Athens, GA, available at: http://latinodonorcollaborative.org/wp-content/uploads/2015/12/Multicultural-Economy-2013-SELIG-Center.pdf (accessed April 11, 2015).

Internetlivestats, 2017. Internet Users. [online] Available at:<http://www.internetlivestats.com/internet-users/>

Jason Y.C. Ho, Melanie Dempsey (2010).—Viral marketing: Motivations to forward online content. Journal of Business Research 63 (2010) pp.1000-1006

Jeong, E., Jang, S.S., 2011. Restaurant experiences triggering positive electronic word-of- mouth ((eWOM)) motivations. Int. J. Hospita. Management 30 (2), 356–366.

Jeong, H., Cho, S., Lee, M. and Sputra, E. (2014), "Race of athlete-spokesperson and implicit and explicit responses to advertising", Social Behavior and Personality: An International

Journal, Vol. 42 No. 4, pp. 655-671.

Julia Wolny, C. M. (2013). Analysis of fashion consumers' motives to engage in electronic word-of-mouth communication through social media platforms. *Journal of Marketing Management*, 562-583.

Junyean Moon, D. C. (n.d.). Culture, product type, and price influences on consumer purchase intention to buy personalized products online. 1-15.

Kim, Heeyon, and Michael Jensen (2014), "Audience Hetero-geneity and the Effectiveness of Market Signals: How to Overcome Liabilities of Foreignness in Film Exports,"Academy of Management Journal, 57 (5), 1360–84.

Lam, Desmond, Alvin Lee, and Richard Mizerski (2009), "The Effects of Cultural Values in

Word-of-Mouth Communication, "Journal of International Marketing, 17 (3), 55–70.

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. Archives of Psychology, 22 140,

55.

Lin, H., Manohar, K. (2018). Culturally Contingent Electronic Word-of-Mouth Signaling and

Screening: A Comparative Study of Product Reviews in the United States and Japan.

Journal of International Marketing, 80-102.

Litvin, S.W., Xu, G., Kang, S.K., 2004. Spousal vacation-buying decision making revisited across time and place. J. Travel Res. 43 (2), 193–198.

Mackie, D.M. (1986), "Social identification effects in group polarization", Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 50 No. 4, pp. 720-728.

Martin, B.A.S., Kwai-Choi Lee, C. and Feng, Y. (2004), "The influence of ad model ethnicity and self-referencing on attitudes: evidence from New Zealand", Journal of Advertising,

Vol. 33 No. 4, pp. 27-37

McCracken , G . and Roth ,V . (1989) Does clothing have a code? Empirical findings and theoretical implications in a study of clothing as a means of communication .

International Journal of Research in Marketing 6 : 13 – 33.

Merz, Michael A., Yi He, and Dana L. Alden (2008), "A Categorization Approach to Analyzing the Global Consumer Culture Debate,"International Marketing Review, 25 (2),166–82.

Moon, S., Park, Y. and Kim, Y.S. (2014), "The impact of text product reviews on sales",

European Journal of Marketing, Vol. 48 Nos 11/12, pp. 2176-2197.

Morris, M. G., & Venkatesh, V. (2000), "Age difference in technology adoption decision: Implication for a changing work force", Personnel psychology, Vol.53, No.2, pp.375-403.

Naz, F. (2014, January). Word of Mouth and Its Impact on Marketing. *International Journal of Scientific and Research Publications,* *4*(1). From http://www.ijsrp.org/research-paper-0114/ijsrp-p25121.pdf

Parker, D., Manstead, A. S. R., Stradling, S. G., Reason, J. T., & Baxter, J. S. (1992). Intention to commit driving violations: An application of the theory of planned behavior. Journal of Applied Psychology, 77(1), 94-101.

Platow, M.J., Mills, D. and Morrison, D. (2000), "The effects of social context, source fairness, and perceived self-source similarity on social influence: a self-categorisation analysis",

European Journal of Social Psychology, Vol. 30 No. 1, pp. 69-81.

Rudolph, S., 2015. The Impact of Online Reviews on Customers' Buying Decisions [Infographic] [online] Available at 〈 http://www.business2community.com/ infographics/impact-online-reviews-customers-buying-decisions-infographic-01280945#LdWlUSvow6RBwYJD.99〉

Saumya Dixit, A. J. (2017). An integrated model for predicting consumers' intention to write online. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 112-120.

Sergio Picazo-Vela, Shih Yung Chou, Arlyn J. Melcher, John M. Pearson, (2010).

Why provide an online review? An extended theory of planned behavior and the role of

Big-Five personality traits, Computers in Human Behavior, Volume 26, Issue 4, 2010, Pages 685-696, ISSN 0747-5632, https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.01.005.

Shavitt, D. A. (2017, August). Attitudes and Attitude Change. Annual Review of Psychology.

From https://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev-psych-122216-011911

Shih,Ya-Yueh & Fang, Kwoting, (2004) "The use of a decomposed theory of planned behavior to study Internet banking in Taiwan", Internet Research, Vol. 14 Issue: 3, pp.213-223

Storbacka, K., Frow, P., Nenonen, S., & Payne, A. (2012). Designing business models for value co-creation. In S. L. Vargo & R. F. Lusch (Eds.), Special issue – Toward a better understanding of the role of value in markets and marketing (Review of Marketing Research, Volume 9) (pp. 51–78). Bradford: Emerald Group.

Turner, J.C. (1987), Rediscovering the Social Group: A Self-Categorization Theory, Basil

Blackwell, Cambridge, MA.

Wathen, C. Nadine, and Jacquelyn Burkell (2002), "Believe It or Not: Factors Influencing Credibility on the Web,"Journal of the American Society for Information Science and

Technology, 53 (2), 134–44.

Wolny, J. (2009, June). Collaborative co-creation model in e-commerce: Managerial implications. Poster session presented at the EIASM Service Dominant Logic Conference, Naples.

WOMMA. (2007). Word of Mouth Marketing Association. http://www.WOMMA.org

Xu, X. (2014), "The influence of the message source's national identity on Chinese international students' attitudes", MA thesis, Michigan State University, East Lansing, MI, http:// ezproxy.lib.uconn.edu/login?url=http://search.proquest.com/docview/1529430570?accou ntid= 14518 (accessed April 11, 2015).

Yi Jin Kim, A. O. (2016). Factors Influencing Online Shopping Behavior: The Mediating Role of

Purchase Intention. *Procedia Economics and Finance*, 401-410.

Appendix A

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standard Error[a]	Approximate T[b]	Approximadamente Significance
Interval by Interval	Pearson's R	.588	.027	21.779	.000[c]

Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.553	.026	19.888	.000[c]
N of Valid Cases		900			

Appendix B

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standard Error[a]	Approximate T[b]	Approximate Significance
Interval by Interval	Pearson's R	.516	.026	18.071	.000[c]
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.496	.028	17.096	.000[c]
N of Valid Cases		900			

Appendix C

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standard Error[a]	Approximate T[b]	Approximate Significance
Interval by Interval	Pearson's R	.506	.029	17.577	.000[c]
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.493	.030	16.969	.000[c]
N of Valid Cases		900			

Appendix D

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standard Error[a]	Approximate T[b]	Approximate Significance
Interval by Interval	Pearson's R	.229	.035	7.052	.000[c]
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.212	.034	6.496	.000[c]

N of Valid Cases	900			

Appendix E

ANOVA

QID25_1 Using a 1-7 scale, please indicate how likely are you to consider the following:1 = Not likely at all & 7 = Extremely likely - How likely are you to leave an online review?

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	31.804	4	7.951	2.138	.074
Within Groups	3328.752	895	3.719		
Total	3360.556	899			

Appendix F

ANOVA

QID25_3 Using a 1-7 scale, please indicate how likely are you to consider the following:1 = Not likely at all & 7 = Extremely likely - How likely are you to write a negative online review after a bad experience?

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

Between Groups	5.020	4	1.255	.324	.862
Within Groups	3471.029	895	3.878		
Total	3476.049	899			

Appendix G

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
QID25_1 Using a 1-7 scale, please indicate how likely are you to consider the following:1 = Not likely at all & 7 = Extremely likely - How likely are you to leave an online review?	Equal variances assumed	2.407	.121	-1.393	895	.164	-.180	.129	-.433	.073
	Equal variances not assumed			-1.392	887.779	.164	-.180	.129	-.433	.074

ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN – ALAIC

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA – UPB

2020