

Común

Comunicación organizacional
en clave comunitaria

Editora: Lisbeth Araya Jiménez

Común

Comunicación organizacional
en clave comunitaria

CC.SIBDI.UCR - CIP/4276

Nombres: Suzina, Ana Cristina, autora. | Araya Jiménez, Lisbeth, editora.

Título: Común : comunicación organizacional en clave comunitaria / editora Lisbeth Araya Jiménez ; personas autoras, Ana Cristina Suzina [y otros nueve]

Descripción: Primera edición. | Montes de Oca, San José, Costa Rica : CICOM, 2025.

Identificadores: ISBN 978-9930-632-12-3 (PDF)

Materias: LEMB: Comunicación – Aspectos sociales. | Comunicación organizacional – Aspectos sociales. | LCSH: Comunicación en el desarrollo de la comunidad.

Clasificación: CDD 302.2--ed. 23

Comisión Editorial

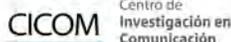
Dr. Arturo Arriagada Ilabaca, Universidad Adolfo Ibáñez (Chile)
Dra. Andréia Athaydes, Universidade Luterana do Brasil (Brasil)
Dra. Flavia Delmas, Universidad Nacional de la Plata (Argentina)
Dr. Alejandro García Macías, Universidad Autónoma de Aguascalientes (México)
Dr. Edgar Gómez Cruz, University of New South Wales Sidney (Australia)
Dra. Claudia Labarca Encina, Pontificia Universidad Católica de Chile (Chile)
Dra. Silvia Olmedo Salar, Universidad de Málaga (España)
Dra. Consuelo Vásquez, Université du Québec à Montréal (Canadá)
Dra. Aimée Vega Montiel, Universidad Nacional Autónoma de México (México)

Comité Científico

Dra. Carolina Carazo Barrantes
M.Sc. Carolina Urcuyo Lara
M.Sc. Diana Acosta Salazar
M.Sc. Giselle Boza Solano
Dr. Harold Hütt Herrera
M.Sc. José Luis Arce Sanabria
Dra. Luisa Ochoa Chaves
Dra. Margoth Mena Young

Coordinación editorial: Centro de Investigación en Comunicación (CICOM)
Revisión filológica: Natalia Castro Salgado, La Voz Activa
Diagramación y diseño de portada: Nicole Chaves Mora

Primera edición, 2025.
Centro de Investigación en Comunicación (CICOM)
Montes de Oca, San Jose, Costa Rica
2511-6414 / www.cicom.ucr.ac.cr



ISBN: 978-9930-632-12-3



9 789930 632123

Índice

Agradecimientos.....	5
Presentación.....	7
Capítulo 1: Comunicación popular en América Latina: una epistemología..... del sur	19
Capítulo 2: Comunicación Comunitaria y Comunidad: definiciones e interfaces con las Relaciones Públicas Populares.....	41
Capítulo 3: Metodología de la resistencia: perspectivas conceptuales para la construcción de ciudadanía comunicativa.....	60
Capítulo 4: Voces de comunidad: entre las comunidades eclesiales de base y la educación popular.....	87
Capítulo 5: Comunidad como público: una provocación preposicional.....	116
Capítulo 6: Nuevos límites de la comunicación comunitaria: algunas reflexiones a partir de las transformaciones tecno políticas de las radios comunitarias brasileñas.....	138
Capítulo 7: Relaciones públicas para las organizaciones sociales en Costa Rica: una apuesta política.....	166
Capítulo 8: De las relaciones públicas tradicionales a la comunicación comunitaria: el caso del Movimiento por el Parto Humanizado y Respetado en Costa Rica.....	196
Capítulo 9: Principios rectores del pensar, sentir y hacer comunicación comunitaria: intentando un epílogo integrador.....	223
Semblanza de las personas autoras.....	265

Agradecimientos

En la medida en que, de muchas maneras este libro deriva del proceso de mi tesis doctoral, es importante agradecer primero a las personas miembro de la Asamblea de Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC) que acogieron mi propuesta de realizar estudios doctorales en el extranjero, a la Oficina de Asuntos Internacionales y Cooperación Externa (OAICE) que tramitó y ejecutó mes a mes la beca respectiva, siempre fundamental, pero especialmente en tiempos pandémicos.

A la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica, por apoyar la actividad de investigación que generó esta publicación, en sus diversas fases y procesos. Agradecer a Yanet Martínez Toledo, Carolina Carazo Barrantes y José Luis Arce Sanabria, quienes en su función de directoras del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) y director de la ECCC, respectivamente, acompañaron con claridad, fortaleza y liderazgo el camino que recorrió este texto. A Guiselle Mena Ureña, por una gestión absolutamente eficiente y sensible.

A las personas miembro del Consejo Científico del CICOM por sus múltiples apoyos y sugerencias oportunas. Así mismo agradecer a los Comités Académico y Científico del CICOM.

A las personas que han gestado y participan del Programa de Investigación Procesos de Comunicación y Organización (PCO), del CICOM: Diana Acosta Salazar, Harold Hütt Herrera, Margoth Mena Young y especialmente a su coordinadora Lissette Marroquín Velásquez, por el diálogo permanente y fructífero.

A quien en Brasil me acogió en su grupo de investigación y me permitió conocer de cerca otra forma de pensar la comunicación: Cicilia M. Krohling Peruzzo. A las colegas que los congresos académicos, las redes o los grupos de investigación y trabajo me han permitido conocer, quienes en este libro comparten -sintetizada en un capítulo- su amplia trayectoria, sus reflexiones y propuestas: Ana Cristina Suzina, Thays Teixeira, Elba Noemi Gómez Gómez, Márcio Simeone Henriques, Laura Nayara Pimenta y João Paulo Malerba.

Agradecimientos

Ellas y ellos siguen con su acostumbrada generosidad acompañando nuevos procesos de aprendizaje y creación conjunta, tan rigurosa como cálida y esperanzadora.

Agradecer además y muy especialmente a quienes alguna vez fueron mis estudiantes, Dyann Román Pérez y Maureen Rodríguez Cruz; profesionales que se abren camino en nuevos ámbitos del quehacer de la comunicación, reinventándose y reinventándonos, y que hoy me permiten con orgullo, a partir de cada uno de sus textos, cavilar sobre las bondades de la formación y también sobre sus límites, ellas; también generosas, comparten con las generaciones que se forman en el oficio de la comunicación, sus aprendizajes, sus dudas, sus reflexiones, sus preguntas y sus prácticas.

A todas las personas que fungieron como evaluadoras externas y a Giorgos Katsavavakis Garita quien colaboró también como revisor, por regalarnos su tiempo, su ojo entrenado y acucioso para escrutar cada capítulo y encontrar los ámbitos en que podía mejorar. Y finalmente a quienes desde la revisión filológica y el diseño apoyaron las artes de este libro, respectivamente Natalia Castro Salgado y Nicole Chaves Mora.

Este libro nos enfrentó con procesos complejos y ha traído profundos aprendizajes, por todo ello y por la manera en que supimos abordarlos, desde el cuidado y el crecimiento, doy las gracias.

Así, a todos, todes y todas las involucradas en la creación de este libro: ¡Muchas gracias!

Presentación

La comunicación puede entenderse como un campo de conocimiento y de prácticas amplio y complejo, que se ha servido estructuralmente de los saberes producidos en las ciencias sociales, pero también en la filosofía y la matemática, en la administración y la educación, la estadística y la robótica, solo para mencionar algunas áreas del conocimiento. Las diversas teorías que la informan han tenido una marcada influencia anglosajona y europea en sus inicios, latinoamericana en sus desarrollos y mundiales en la actualidad globalizada.

En este libro, creado a muchas manos, nos centramos en la Comunicación Comunitaria, en sus aportes teóricos, epistémicos, políticos, metodológicos y prácticos, pensándola centralmente de cara a las organizaciones y movimientos sociales. Académicamente, este libro se gesta en el marco de la actividad de investigación denominada Comunicación Comunitaria: contribuciones teórico-epistémicas, inscrita

en el Programa de Investigación llamado Procesos de Comunicación y Organización (PCO), del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa Rica (UCR).

El objetivo de la publicación es divulgar procesos y resultados de investigación académica reciente, así como ofrecer una serie de reflexiones teórico-epistemológicas, perspectivas críticas y experiencias prácticas vinculadas a la comunicación organizacional en clave comunitaria, para apoyar los procesos formativos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC), de la Universidad de Costa Rica (UCR), tanto en el bachillerato como en la licenciatura y el posgrado.

Por ello, en concordancia con la perspectiva celebratoria que caracteriza a la comunicación comunitaria y teniendo en cuenta el contexto pandémico y pospandémico que enfrentamos en los últimos años, este libro se propone ofrecer

alternativas, miradas a espacios de lo posible, metodologías creativas, reflexiones propositivas, enraizadas en la esperanza como base para la innovación. Aspira a brindar a las personas estudiantes del grado y el posgrado, una ventana a un ámbito del conocimiento y del quehacer profesional, de larga data en América Latina, tan consolidado como actual y que admite amplios desarrollos en el contexto costarricense. También aspira a dialogar con las personas que laboran y militan en colectivos y organizaciones comunitarias de los más diversos tipos.

El texto tiene intencionalmente una perspectiva latinoamericana, enfáticamente brasileña –pues, derivado de los estudios doctorales de la editora, aprovecha las relaciones académicas creadas en ese contexto– y costarricense. Recoge, por una parte, el saber de personas que fungen como docentes e investigadoras en universidades en Brasil, o de personas nacidas y crecidas en Brasil pero que en la actualidad enseñan o laboran en la comunicación institucional en otras latitudes (como Inglaterra y Argentina); en todos los casos tenemos el honor de aprovechar su amplia trayectoria y conocimiento, en lengua castellana. Adicionalmente desde México, otro gran referente en los estudios en comunicación, se suma una mirada histórica, que nos ofrece valiosos insumos para pensar la pedagogía

en procesos comunitarios; todo esto colabora con los objetivos de la internacionalización emprendida por la ECCC y el CICOM.

El texto cuenta además con valiosas contribuciones de personas graduadas de nuestra unidad académica, la ECCC, tanto del grado como del posgrado (PPC). Los criterios de inclusión remiten tanto a la calidad de sus Trabajos Finales de Graduación en la licenciatura y la Maestría en Comunicación y Desarrollo como a los ámbitos y temáticas en los que realizan actualmente su trabajo profesional. Estas son labores en acción social, que abordan el ejercicio ciudadano, la participación política de juventudes y las migraciones, así como trabajos en comunicación realizados en diálogo permanente con organizaciones y movimientos sociales.

Contar tanto con teóricas latinoamericanas consolidadas en el área como con jóvenes profesionales, articula la experiencia acumulada a las necesidades, prácticas y reflexiones contemporáneas. Este diálogo también se hace notar en las referencias bibliográficas, en las que se incluye tanto literatura clásica como reciente.

En términos de su estructura el libro ha sido organizado en cuatro secciones. La primera, denominada *Matrices*, incluye dos capítulos que reflexionan sobre los presupuestos teórico-epistémicos de la

comunicación popular y las interfases entre la comunicación comunitaria y relaciones públicas populares.

En el primer capítulo, la Dra. Ana Cistina Suzina define la comunicación popular en su dimensión epistemológica, específicamente como una *epistemología del sur* (Alice), basando sus reflexiones en la acepción de *doble resistencia* de Dorismilda Flores-Márquez (2021).

Para colocar su argumento, primero reivindica el concepto de popular (sin romantizarlo, ni idealizarlo) por su carga simbólica, por su relación con las prácticas concretas de personas, organizaciones y movimientos sociales que luchan por el cambio, sintetizándolo como aquella comunicación hecha *con* el pueblo, *por* el pueblo y *para* el pueblo y definiéndola, a su vez, como una práctica, un método y una pedagogía. Además, explicita su dimensión política con foco en la emancipación y cuestiona la simplificación que se ha hecho al homologar la comunicación popular, con la ciudadana, alternativa, participativa o comunitaria, al centrarse prioritariamente en sus prácticas y subvalorar su epistemología.

Recuperando sus aspectos distintivos, la doctora Suzina argumenta que la comunicación popular no es únicamente útil para explicar las prácticas asociadas a ella, que suceden en los límites del territorio

latinoamericano. Problematizando las relaciones entre el norte global y la región (latinoamericana), relaciones que imponen restricciones idiomáticas, neutralistas y en función de los binomios universal-local, parte-todo, argumenta que la comunicación popular ofrece claves de lectura para cuestionar, analizar y contribuir al desarrollo del campo de la comunicación de modo más amplio. El capítulo cierra con una propuesta de marco normativo para la comunicación popular como epistemología del sur, en su vínculo con las luchas sociales, la horizontalidad y una configuración alternativa a los medios privados y hegemónicos.

En el segundo capítulo, siempre en la primera sección, la profesora y Dra. Cicilia Krohling Peruzzo, nos ofrece sus reflexiones en español sobre la comunicación comunitaria y la comunidad. Define ambas y establece algunas de las interfaces que tienen con las relaciones públicas populares. De su texto, se desprende que comunidad es aquella que se basa en la intercomunicación y la cooperación, en los vínculos estables, la participación activa y comprometida con los objetivos comunes, aclarando que lo local puede ser insuficiente a lo comunitario.

La autora de amplísima trayectoria en estas materias y a quien debemos el término y los primeros desarrollos de las *relaciones públicas comunitarias*, reflexiona sobre la

comunicación para la ciudadanía realizada por sectores organizados de la sociedad civil que pretenden contribuir a cambios en beneficio de segmentos sociales oprimidos. En esta línea, afirma que la posibilidad de denominarla comunicación comunitaria depende tanto de los objetivos como de los procesos, las estrategias y las prácticas ejecutadas, con lo que sugiere el abandono de lecturas superficiales o simplistas.

Se trata de un estudio basado en una investigación bibliográfica que tiene como objetivo sistematizar los principales conceptos de la comunicación comunitaria y mostrar sus interfaces con las relaciones públicas cuando se insertan en el ámbito de los movimientos sociales, populares y de las organizaciones del tercer sector. Para ello, ofrece una perspectiva histórica de los procesos vividos en la academia brasileña y en su relación con las prácticas sociales. En ese camino, uno de los relevantes aportes del capítulo es aclarar que la comunicación comunitaria deviene, tanto histórica como epistemológicamente, de la comunicación popular.

La Dra. Peruzzo concluye que aunque podemos identificar las especificidades de la comunicación popular y las relaciones públicas populares, cuando estas se colocan al servicio de la transformación de la sociedad (reconociendo el modelo de desarrollo vigente y sus improntas en los procesos organizativos

y comunicacionales), nos reubican desde una axiología y una epistemología que demandan un compromiso de la comunicación y de las personas que la desarrollan, reclamando al mismo tiempo inconformidad, agencia y humildad.

La segunda sección del libro, llamada *Artes*, se ha destinado a los métodos y haceres, pues trabajar en comunicación comunitaria significa mucho más que adaptar métodos, técnicas e instrumentos que provienen de concepciones tradicionales de la comunicación –como viene afirmando la profesora Peruzzo desde la década de 1980–.

A lo largo de los años, desde la academia y desde las organizaciones sociales, los grupos organizados, las comunidades y los movimientos sociales, se han gestado una amplísima diversidad de formas de investigación y trabajo que se corresponden en la práctica con los principios teóricos-epistémicos y políticos de la comunicación comunitaria; esta sección está dedicada justamente a esas metodologías alternativas.

En consecuencia, Thays Helena Silva Teixeira nos regala una primicia que extrajo de su tesis doctoral y tradujo al castellano para este libro. El tercer capítulo se ha llamado *Metodología de la resistencia: perspectivas conceptuales para la construcción de ciudadanía comunicativa*. En él, la autora se propuso diseñar una racionalidad teórico-

metodológica para la ciudadanía comunicativa que alcance los procesos comunicativos y mediáticos tanto en el ámbito académico como en el ejercicio de las prácticas sociales de las personas y las organizaciones. Para ello, en la primera parte del capítulo nos proporciona una definición teórica de ciudadanía comunicativa, en la que articula el conocimiento ampliamente desarrollado por autoras y autores clásicos en este tema, con el suyo propio. La siguiente sección al detallar los rasgos generales de la metodología de la resistencia nos ofrece una propuesta teórica, epistemológica, metodológica, técnica, empírica y sensible, que parte de la multidimensionalidad, la flexibilidad y la no uniformidad, desde una perspectiva crítica de las formas tradicionales del hacer científico.

En la tercera parte del capítulo la Dra. Teixeira nos comparte su propuesta metodológica –o deberíamos decir transmetodológica¹– precisamente en la medida en que articula el conocimiento académico con las prácticas, saberes y experiencias del movimiento de resistencia *Lagoas do Norte, para quem?* Nos ofrece, de esta manera, un cuerpo figurativo (constituido por cabeza, rostro, tronco, brazos y piernas), donde coloca las que denomina figuras metodológicas de la resistencia, a saber: resistencia, visibilidad, colectivo, interfaces

y soportes comunicacionales e investigación comunitaria, cada una de las cuales desarrolla en la cuarta parte del texto.

A la tercera sección del libro la hemos llamado *Matices*. Coherente con sus premisas teórico-epistémicas y políticas existen una serie de perspectivas, abordajes y temáticas que la comunicación comunitaria problematiza y emprende. La reflexión en clave histórica sobre procesos socioeducativos en el contexto mexicano, el trabajo en, desde, para y con las comunidades en la experiencia de extensión universitaria en el sur de Brasil, así como los alcances y limitaciones de la comunicación comunitaria mirados a partir de las transformaciones tecno-políticas de las radios comunitarias en Brasil, se discuten en esta sección.

Así en el cuarto capítulo, la Dra. Noemí Gómez Gómez nos ofrece, desde la perspectiva de la intervención socioeducativa, el caso de las comunidades eclesiales de base (CEB) en Lomas de Polanco, Guadalajara-México. Para ello, primero introduce brevemente el contexto del estudio del cual deriva el capítulo, detallando los actores que confluieron en la comunidad, así como la metodología y personas participantes en la investigación. Luego describe las comunidades eclesiales de base (CEB), las que, como la persona lectora podrá notar, concuerdan con la perspectiva

¹ Maldonado 2012.

ontológica y política de la comunicación comunitaria, en algunas de las dimensiones de su accionar (lectura del contexto, elaboración de estrategias, tácticas y acciones), así como con la intención de fortalecer y priorizar los lazos, procesos y soluciones comunales, creando sentido de comunidad.

Posteriormente, la psicóloga y comunicadora mexicana relata las diversas apuestas que coinciden alrededor del “Proyecto Polanco”, el cual, aclara, distaba mucho de ser uno solo o integral. Por el contrario, constituye un entramado de actores, una confluencia de tradiciones y procesos que articularon las CEB, la teología de la liberación, la educación popular, la espiritualidad jesuita-ignaciana y el desarrollo humano. La autora caracteriza brevemente cada una de estas tradiciones y su papel en el caso de estudio, relatando la manera en que se articularon las dimensiones educativas, organizativas y pedagógicas para crear un proyecto de comunidad.

En los siguientes acápites del capítulo, la autora describe los fundamentos teóricos de la intervención socioeducativa, sus propósitos y cada uno de sus cuatro ámbitos formativos. Luego, sintetiza los principales atributos y procesos (inserción, concientización, seguimiento, promoción de la organización, construcción de alianzas) que las personas entrevistadas le otorgaron a la historia

organizativa aludida. El capítulo finaliza con el perfil de las personas educadoras, en el que explicita las intenciones que las guiaron y sus acciones educativas.

Posteriormente, en esta tercera sección del libro, desde una perspectiva provocadora que parte de su experiencia y práctica en la extensión universitaria en Brasil, el Dr. Márcio Simeone Henriques y la Dra. Laura Pimenta nos invitan a reflexionar en el quinto capítulo sobre *la comunidad como público*. Aparentemente, con poco interés por precisar los límites de lo comunitario, invierten su energía en desentrañar las dinámicas relacionales que se dan tanto al interno de la comunidad como hacia afuera de esta. Luego, a través de la función gramatical de las preposiciones, problematizan cuatro dimensiones posibles e intercambiables de la comunicación comunitaria.

En ese marco, las organizaciones vienen a ser formas que pueden representar, configurar y reconfigurar la imagen misma de la comunidad y de lo común que se puede ver afectado y debe ser expuesto y defendido públicamente. Al final, tanto comunidad como comunicación son clara –y hermosamente– definidas y puestas en interacción. La comunidad se conceptualiza como una forma de vida, de experiencias y ética colectivas, como un campo de prácticas,

que se constituye en relación con otras instituciones, organizaciones y actores de la vida pública, en función de la manera en que participan de dichos espacios públicos, incluyendo sus tensiones y controversias. Así la *comunidad como público* se perfila dentro de esa dinámica relacional.

El texto también es valioso para este libro en la medida en que deriva reflexiones de una experiencia comunicativa empírica de muchos años, de la relación específica de un grupo de personas docentes e investigadoras de la academia brasileña con muchas organizaciones, programas, proyectos y actividades *en (desde, para y, especialmente, con)* las comunidades, cumpliendo así con uno varios de los objetivos que nos propusimos con este libro; es decir, fortalecer nuestro pensar-haciendo comunicación organizacional en clave comunitaria, desde la perspectiva latinoamericana y articulando teoría y práctica.

En esa línea, resulta imposible en un texto sobre comunicación en clave

comunitaria, excluir una actriz que ha sido central, desde su origen hasta el presente, hablamos de la radio comunitaria², que en la región abraza una tradición septuagenaria.

Por ello, el Dr. João Paulo Malerba, escribiendo también desde el sur, cierra esta tercera sección del libro con el sexto capítulo, ofreciéndonos un extracto de su tesis doctoral: *Nuevos límites de la Comunicación Comunitaria: algunas reflexiones a partir de las transformaciones tecno políticas de las radios comunitarias brasileñas*. Como el nombre del capítulo lo indica, el comunicador y activista brasileño, desde su amplia reflexión, experiencia y práctica política respecto de las radios comunitarias, analiza los caminos que en la actualidad transita el activismo en estos medios comunitarios, en atención a los cambios que se han dado tanto en la dimensión político-tecnológica como político-social y, a partir de allí, reflexiona sobre los desafíos que enfrenta esta forma de pensar, sentir y hacer comunicación, vislumbrando

² Invitamos a las personas lectoras interesadas en estas materias a zambullirse en la profusa literatura existente. Al colocar en el repositorio de la Redalyc las palabras clave “radios comunitarias” aparecen 145 087 registros que nos muestran experiencias latinoamericanas en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú; pero, también, en África, donde han tenido un papel igualmente relevante, tal es el caso del Congo, Mozambique y Guinea-Bisáu. Por su amplitud sugerimos el texto de Sandra Liliana Oses. 2015. «Cincuenta años de Radio Comunitaria en Colombia. Análisis sociohistórico (1945-1995)» *Revista Científica General José María Córdova* 13, n.º 16:263-283. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476247224013> Por la particular relación entre comunicación comunitaria y salud mental, recomendamos el artículo de Moisés Valenzuela y Daniela Lazcano-Peña del 2019 intitulado «Radio Diferencia: significados sobre el uso terapéutico de la comunicación» publicado en *La Trama de la Comunicación* 23, n.º 1:123-142. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323961235007>. Recomendamos además, sentidamente, la producción de Claudia Villamayor.

En la dimensión político-social, tematiza los problemas de la participación, del voluntariado y de la sostenibilidad financiera de las radios comunitarias de cara a las restricciones legales que enfrentan en el contexto brasileño. El autor caracteriza estas problemáticas haciendo un análisis transeccional con variables como el género y la edad. Identifica, al mismo tiempo, sus consecuencias, dilemas y contradicciones. La necesidad, tan antigua como vigente, que enfrentan las radios comunitarias de adecuar su estética y lingüística a sus audiencias, a las cuales se les brinda poca atención, es también analizada en esta dimensión político-social, pues tanto contenido como estética deben estar al servicio de la transformación social. Las radios requieren leer las transformaciones ocurridas en los últimos años, las cuales han colocado a las organizaciones y la comunicación en el centro de la disputa por la construcción (y preeminencia) del sentido, con énfasis en la dimensión sensible y subjetiva que caracteriza a los sujetos de nuestra época.

Siempre en esa misma dimensión sociopolítica el comunicador brasileño se preocupa por los riesgos que supone la presencia de la religión en la radio comunitaria, especialmente en lo relativo al enfrentamiento de valores en la lucha por los derechos humanos, a las restricciones

a la diversidad religiosa, a las posibilidades de instrumentalización religiosa y a la compleja relación entre medios-política y religión. Acompaña esta inquietud con un breve análisis histórico, en el que recuerda la relación genealógica de las radios comunitarias con la iglesia católica y los movimientos pastorales de base (ya explicadas en el texto de la Dra. Gómez) y el posterior vínculo con las denominaciones evangélicas, cuya fuerte presencia (documentada con datos y legislación) impulsa en la política brasileña agendas moralistas y conservadoras. Al cierre de ese acápite, el autor se incomoda con los nuevos regímenes de verdad, el debilitamiento de las instituciones tradicionales de mediación social y política y la violencia hacia las personas comunicadoras comunitarias.

El siguiente apartado del capítulo está destinado al análisis de la dimensión tecno política. En él, reflexiona sobre el papel que han adquirido las redes sociales en la lucha política, al constituirse como espacios de interacción y vínculos, en la era del omnipresente celular (especialmente importante para los sectores más empobrecidos), los algoritmos, de la cibervigilancia, así como las soluciones multimedia y multiplataforma toman más relevancia al tiempo que las sinergias, la convergencia y las adaptaciones de las tecnologías son realizadas de maneras cada vez más creativas. El capítulo concluye

haciendo una síntesis de los desafíos de los medios comunitarios y de sus potencialidades.

Finalmente, la última sección del libro, que lleva por nombre *Intermediaciones* incluye capítulos que son producto de experiencias prácticas en el ejercicio profesional de la comunicación; es decir, en facilitación de procesos organizacionales, particularmente la experiencia de trabajo con un movimiento social. Afincadas en la práctica profesional se revisan algunos modelos teóricos y sus premisas, procurando esbozar propuestas reflexivas, que bosquejan potenciales ámbitos de labor. Al final de la sección y del texto, se sintetizan algunos de los que acá entendemos como principios rectores de la comunicación comunitaria.

El séptimo capítulo, que abre esta cuarta sección, se ubica en el contexto costarricense. En él, Maureen Rodríguez Cruz nos ofrece una discusión crítica de las llamadas relaciones públicas excelentes (también denominadas en el texto tradicionales o clásicas) al compararlas teórica y metodológicamente con la educación popular y la comunicación popular.

Luego de introducirnos en sus objetivos, la autora se pregunta por los sujetos y los propósitos de las relaciones públicas, narrándonos brevemente su origen a fin de contextualizar. En esa misma línea, coloca en perspectiva histórica los modelos simétrico

bidireccional y el de motivación mixta, ambos inscritos en las relaciones públicas excelentes y rememora las rupturas que significaron con la visión global anterior.

Los antecedentes de estas reflexiones datan de su tesis de licenciatura, madurados con la práctica profesional en los procesos de acción social universitaria y sazonados con su paso por la maestría en Comunicación y Desarrollo; el análisis de las relaciones públicas se cristaliza desde la educación popular.

En la reflexión de la máster Rodríguez, la expresión del conflicto se convierte en una de las bases para la toma de consciencia, la crítica y la posibilidad de transformación social. En ella, la escucha de saberes diversos, el diálogo y la negociación resultan tan indispensables como la toma de posición política.

El capítulo denominado *Delas relaciones públicas tradicionales a la comunicación comunitaria: el caso del Movimiento por el Parto Humanizado y Respetado Costa Rica*, es un texto de Dyann Román Pérez que deriva de su tesis en la Licenciatura en Comunicación Estratégica en la ECCC. Dicha tesis procuró poner al servicio de un movimiento social herramientas de las relaciones públicas y la comunicación estratégica, considerando las particulares formas de operar y las necesidades específicas de un movimiento

social en un contexto altamente cambiante. Para ello, en la primera parte del capítulo la autora, con una mirada crítica repasa algunos de los planteamientos de la comunicación organizacional, recuerda los procesos que el estudio de los movimientos sociales ha tenido en la academia. En la segunda parte, nos ofrece reflexiones de cuño metodológico, con el fin de brindar claves para quienes, como ella, desean adaptar conceptos y herramientas de las relaciones públicas y la comunicación estratégica al trabajo con organizaciones sociales.

Con este capítulo, la autora nos narra sus aprendizajes en la facilitación y cocreación; el cierre de una formación en la que se gestó un proceso de comunicación estratégica (el plan de comunicación, la relación con los públicos de interés, el diseño y la ejecución de procesos de información, educación e incidencia), basado en la participación horizontal, la creación colectiva y el intercambio de saberes, en un marco de respeto por los procesos de lucha de las mujeres por su derecho a un parto humanizado.

El noveno y último capítulo, escrito como epílogo, resume algunos de los enunciados rectores del ser, el sentir y el hacer de una comunicación comunitaria puesta al servicio de las organizaciones. La comunicación comunitaria partiendo de una perspectiva política entiende que la transformación

social es necesariamente colectiva y puede pensarse como el fin último de los procesos comunicacionales. En ella, son fundamentales las dimensiones afectiva, estética-poética, participativa y dialógica, pues demarcan desde lo teórico, lo político y lo epistémico la reflexión y la acción en este ámbito del conocimiento y el ejercicio profesional que apuesta por la ciudadanía, priorizando lo local.

Quien se sumerja en estas páginas podrá observar que, en ellas ofrecemos diversas visiones y versiones de lo que se entiende como comunicación comunitaria y comunicación popular. En algunos capítulos, se la emparenta con comunicación alternativa, participativa o ciudadana, aclarando sus nexos y entrecruzamientos; en otros, se problematizan los límites y se señalan los riesgos de usar tales conceptos como sinónimos o, peor aún, de retornar a una visión romántica de su concepción o su quehacer.

En múltiples capítulos del libro, se ponen en evidencia los principios básicos de la comunicación comunitaria, como su perspectiva política, que abraza la no neutralidad, la preocupación por las personas y los colectivos colocados en condiciones de vulnerabilidad. Esta comunicación que ausculta el contexto y se sitúa con claridad frente a sus injusticias y desigualdades.

Se rescatan las experiencias prácticas y el conocimiento académico.

Reflexionando sobre la realidad que se vivió en la Argentina en 2016, Patricia Fasano (2016) nos ofrece una interesante percepción sobre la problemática relación que, a su modo de ver, ha tenido siempre la comunicación comunitaria con la academia.

Fue de esa manera como el siempre sospechoso concepto de comunidad volvió a entrar a la academia para ser mirado con ojos renovados junto al contexto significativo que el mismo arrastraba consigo: anti-globalización, anti-neoliberalismo, zapatismo, revalorización de lo local, cultura popular. Por propia derivación, volvió a merecer una oportunidad –o tal vez la mereció por primera vez en el ámbito académico– el nunca-bien-considerado-académicamente concepto de comunicación comunitaria (79).

A su vez, a la comunidad en este libro se la piensa como público, como resistencia y se la define como un fenómeno comunicacional en sí misma. A pesar de todo lo escrito, esta parece ser una discusión inacabada, un concepto polisémico que admite muchas miradas y problematizaciones. Hemos querido colocar varias visiones en este texto, que sin ser idénticas tampoco son antagónicas ni entran en contradicción, pues, comparten lo medular: la meta de ser una

comunicación para la transformación social, en la medida en que lo que requerimos es justamente transformar, transmutar los modos de existencia, las formas de pensar, sentir y hacer que se promueven desde el capitalismo, el patriarcado y el extractivismo.

En la medida en que la comunicación comunitaria tiene su núcleo teórico-político-metodológico en tierras latinoamericanas, los diversos capítulos regresan a los pilares de esta perspectiva, a aquellas personas que teorizan sobre ella y activistas que han formado, conformado y actualizado el campo. Comparten así las premisas del pedagogo y filósofo brasileño Paulo Freire y Leonardo Boff, respectivamente, del sociólogo colombiano Orlando Fals Borda, del periodista paraguayo Juan Díaz Bordenave y de teóricas y teóricos ampliamente conocidos como Clemencia Rodríguez, Luis Ramiro Beltrán, Mario Kaplún, Daniel Prieto Castillo, José Ramón Vidal, María Cristina Mata, Cicilia Peruzzo, Washington Uranga, Cecilia Ceraso, Carlos Alberto Camacho Azurduy, Jair Vega Cassanova, Claudia Villamayor, Félix Ortega, Raquel Paiva y Sarah Anne Ganter, entre muchas otras.

Precisamente, porque el libro busca ofrecer claves para el pensar-sentir-hacer de la comunicación comunitaria en las organizaciones, en todos los capítulos se incluyen ejemplos, en algunos se comparten

casos o enlaces para conocer experiencias organizacionales diversas, se invita a la persona lectora a reflexionar y se le sugiere bibliografía.

Conscientemente, en mi función de editora, he priorizado el respeto por los estilos de escritura de cada persona autora, su autonomía, tono y modo de narrar. Por ello, algunos capítulos están escritos en tercera persona del plural; mientras otros utilizan la primera persona del singular, diseño (este último) menos común en el mundo académico y, al mismo tiempo, altamente coherente con la perspectiva política del texto y de las personas que lo han gestado.

En todos los capítulos, hemos procurado y priorizado el uso de lenguaje género inclusivo, salvo algunas excepciones, como en la investigación realizada por la Dra. Noemí Gómez, donde la mayoría de entrevistados fueron hombres y por ello se conserva el masculino. En otros casos, se utiliza deliberadamente el concepto *sujeto* o porque refiere a su uso previo en autoras y autores que están siendo citados, o bien porque se aprovecha para dar cuenta de

los procesos de sujeción, como en el texto de la Dra. Thays Teixeira. Por el contrario, el término actores se utiliza (también en el masculino genérico), para dar cuenta de la agencia de las personas implicadas en los procesos descritos o problematizados, como sucede en el capítulo sexto, en la provocación ofrecida por la Dra. Laura Nayara Pimenta y el Dr. Márcio Simeone Henriques.

¡Esperamos que disfruten el texto!



Comunicación popular en América Latina:

una epistemología del sur

Ana Cristina Suzina

1. Comunicación popular resistencia empírica y epistemológica

La comunicación popular puede entenderse como un subcampo de la comunicación, muchas veces asociado a dinámicas comunicativas desarrolladas en el contexto de comunidades, movimientos sociales y movilizaciones por mejoras en las condiciones de vida en general. Algunos autores (Uranga 2021; Prieto Castillo 2021) sostienen que la práctica de la comunicación popular antecedió a la teoría y que esta surgió como una reflexión encaminada a sistematizar y dar sentido a un vasto y diverso conjunto de iniciativas que se extendieron por América Latina, a partir de la década de 1940. La perspectiva propuesta por Dorismilda Flores-Márquez (2021) añade una comprensión aún más interesante. Para ella, la comunicación popular constituye una *doble forma de resistencia*, que se manifiesta por un lado, en las prácticas de *resistencia empírica*, en las formas de comunicar respecto de los problemas vividos por diferentes grupos marginados y, por otro lado, por una *resistencia epistemológica*, en la búsqueda de marcos conceptuales que respondan mejor a la diversidad de prácticas comunicativas observadas en el campo (Flores-Márquez 2021, 196).

La reflexión que se propone en este capítulo parte de esta noción de comunicación popular como resistencia y busca reflexionar principalmente sobre su evolución como marco teórico. Además, reconoce la intersección entre práctica y teoría como dos dimensiones fundamentales de su carácter. El principal argumento que se adelanta es que la comunicación popular constituye una epistemología del sur (Santos 2002) que, más que explicar exclusivamente las prácticas asociadas a ella y en los límites del territorio latinoamericano, ofrece claves de lectura para explicar, cuestionar y contribuir al desarrollo del campo de la comunicación en su conjunto.

1.1 El encuentro en las prácticas

En septiembre de 2019, un taller sobre dinámicas participativas en prácticas de comunicación popular reunió a 16 comunicadores y comunicadoras populares de la región de Belém, Pará (Brasil), durante el 42º Congreso Brasileño de Ciencias de la Comunicación (Intercom) (Suzina y Fuser 2022). El enfoque fue discutir la comprensión y los desafíos de fomentar y mantener la participación en estas iniciativas. Sin embargo, las reflexiones acabaron

centrándose en una de las principales definiciones de Comunicación Popular, que establece que esta es comunicación hecha *con* el pueblo, *por* el pueblo y *para* el pueblo.

Históricamente, el adjetivo popular ha denotado que es “comunicación del pueblo”, hecha por él y para él, a través de sus organizaciones y movimientos emancipadores destinados a transformar las estructuras opresivas y las condiciones inhumanas de supervivencia (Peruzzo 2006).

Para quienes participaron de ese taller, muchas iniciativas se asemejan a lo que podría llamarse «rutinas productivas» de la comunicación popular, por tomar prestado el término atribuido a las distintas etapas del proceso periodístico profesional. Se mencionaron, por ejemplo, frecuentes congregaciones para estructurar medios de comunicación, como radios comunitarias o páginas electrónicas; la cobertura informativa de situaciones propias de los territorios donde se ubican o de la agenda de los movimientos sociales; la participación voluntaria de miembros de comunidades o movimientos en el mantenimiento de dinámicas comunicativas, entre otras características. Sin embargo, hubo un cuestionamiento sobre el verdadero significado de comunicarse «con» el pueblo y sobre la noción de comunidad que debería emerger de una tal empresa colectiva.

La reflexividad³ de las personas comunicadoras populares participantes del taller de Belém se acerca al aspecto distintivo que este capítulo busca esbozar, al presentar la comunicación popular como epistemología. A lo largo de sus al menos ocho décadas de desarrollo, la comunicación popular en América Latina ha dialogado con diferentes prácticas y muchas veces se ha asimilado a ellas. La variedad de términos empleados para caracterizarlas es amplia⁴ y, seguramente, hay coincidencias y refuerzos recíprocos. Claudia Villamayor (2022) apunta el carácter emancipatorio de esas iniciativas como punto común entre tantos adjetivos asociados a una práctica que integra perspectiva y estrategia de movimientos de transformación. Pero, al considerar estos términos como intercambiables, el marco epistemológico se reduce

³ Entendida en la acepción sociológica de Anthony Giddens (1991), según la cual se sistematiza, analiza y piensa sobre la propia acción y reflexión; cercana a la idea de historicidad en Alain Touraine (1984) y de concientización en Paulo Freire (2005).

⁴ En una compilación que analiza la epistemología y las implicaciones de una variedad tan amplia de términos y definiciones, Benjamin Ferron identificó alrededor de 50 términos diferentes asociados con este tipo de iniciativas (Ferron 2006). Regina Festa, a su vez, identificó 33 términos diferentes utilizados únicamente en América Latina (citada en Dornelles 2007).

a la observación, clasificación y análisis de las prácticas. De ahí, el justificado descontento de Clemencia Rodríguez y Chris Atton (citados en Ferron 2010) con todas las nomenclaturas que terminan asociándolas con todo lo que no son, en simple comparación con los medios de comunicación tradicionales –no tienen fines de lucro, no tienen gran alcance, no son profesionales– etc. De ahí, también, la crítica de Alfonso Gumucio Dagron (2001) a una idealización de estas formas de comunicación como expresiones de una cierta pureza de prácticas y propósitos que, a pesar de reconocer su carácter orgánico en las luchas sociales, las haría casi inofensivas.

En este sentido, no es una mera coincidencia que Santiago Gómez Obando (2021) observe que quienes protagonizan las luchas sociales en Colombia prefieren la noción de «popular» para explicar y significar sus prácticas, a pesar de la masificación de terminologías más recientes e incluso de las críticas a la noción de «popular» por parte de algunos estudiosos del área. En Brasil, también se puede observar esta posición (Suzina 2018), con reflexiones que provienen de integrantes de luchas históricas como el *Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra* (MST) y redes que evocan abiertamente la noción de lo popular como elemento identitario, como el *Centro Popular de Mídias* (CPMídias), hasta integrantes de iniciativas más recientes de lo que actualmente se denomina mediactivismo digital, que también demuestran el reconocimiento de que la noción de «popular» responde mejor a sus prácticas y propósitos.

El CPMídias fue creado como un espacio de intercambio y apoyo a producciones y dinámicas mediáticas y de comunicación de los movimientos sociales, presentándose como un punto de articulación para personas comunicadoras de distintas regiones de Brasil. Además, el centro organiza producciones originales y colectivas que buscan ampliar la visibilidad de la acción y las causas de los movimientos sociales. Entre sus producciones está el periódico *Brasil de Fato*, que asocia trabajo periodístico de calidad con la perspectiva de los actores sociales progresistas, buscando competir como fuente de información junto a audiencias que no hacen necesariamente parte de los movimientos. La noción de «popular» es tema de reflexión y se mantiene por su carga simbólica, en asociación con un pueblo que lucha por el cambio.

El término “popular” es muy especial para nosotros. Joana, editora de Brasil de Fato en Minas Gerais, define nuestro trabajo como popular. Yo creo que es alternativo. Son discusiones interminables, pero la razón de lo “popular” es que ya usamos “movimiento popular”, construimos un proyecto popular de país, nos definimos como parte del campo popular, todo termina en lo popular. Todo es popular. Si hay una visión hegemónica, ¿cuál es nuestra visión? Es la popular. [...] Para nosotros, hoy, una visión popular para el Brasil y para el mundo, tiene ese sentido de involucrar al pueblo en esta construcción (Comunicadora del CPMídias, entrevista, 17 de noviembre de 2015).

La carga simbólica de la noción de «popular» también está presente en la manera como otros grupos hacen sentido de su acción. El *Coletivo Nigéria* es un emprendimiento creado en 2011 por cuatro periodistas de Fortaleza, Ceará, en el nordeste brasileño. La iniciativa opera como una productora de audiovisuales, que ofrece servicios a movimientos sociales y organizaciones no gubernamentales, y a la vez como un medio alternativo con agenda propia en el movimiento de democratización de la comunicación. En el 2013, el *Coletivo Nigéria* se ganó el reconocimiento nacional por su cobertura de las protestas de junio y, especialmente, por un documental que discute la idea de vandalismo.

La comunicación popular es un término muy utilizado por quienes luchan por la democratización de la comunicación, por quienes defienden que la comunicación debe ser más plural y menos corporativa. [...] La reunión fue sobre videoactivismo, pero yo prefiero hablar de comunicación popular, porque considero que este término es más amplio (Comunicador del Coletivo Nigéria, conversación en línea, 2 de enero de 2017).

En esas reflexiones, se ve claramente el ejercicio descrito por Nívea Bona (2021) como parte del trabajo del comunicador popular. Como define ella, ese actor es forjado por su campo de trabajo y, a la vez, forja el mismo campo. La elección de los términos que mejor describen sus acciones refleja su mirada hacia una ecología de la comunicación y de los medios, buscando coherencia entre lo que hacen y lo que buscan con su trabajo de comunicación en el contexto de un movimiento por el cambio social.

Al final del taller en Belém, aquellas personas comunicadoras populares concluyeron que el advenimiento de las redes sociales digitales, caracterizadas por la expansión de las plataformas individuales de expresión, puede haber reducido la importancia del «con el

pueblo» para enfatizar la relevancia de un «pro del pueblo», rescatando en cierta medida el carácter resistente de la comunicación popular, en la que la participación solo tiene sentido en el contexto de un proyecto colectivo de transformación y liberación. La reflexión del grupo sugiere que la participación masiva no necesariamente populariza la comunicación, atribuyendo con mayor fuerza este valor al propósito construido colectivamente, que orienta las diferentes manifestaciones de la comunicación. Si es cierto que diferentes tipos de movilizaciones coinciden en prácticas similares, el proceso histórico indica que existen algunas marcas distintivas de la comunicación popular. En ese sentido, más adelante veremos una propuesta de marco normativo para la comunicación popular como epistemología del sur.

Es importante señalar, sin embargo, que evocar el sentido estructurante de la comunicación popular y su marco normativo no significa rebajar o desvalorizar ninguna otra práctica o concepto. El objetivo de esta reflexión es recuperar sus aspectos distintivos para problematizar la evolución del concepto en el contexto de una epistemología y su inserción en el campo de los estudios de comunicación, en general.

1.2 La evolución de la teoría

Al concentrarse en las formas visiblemente manifiestas de las dinámicas comunicacionales, la íntima relación entre práctica y teoría, que ha caracterizado a la comunicación popular desde sus inicios, termina por limitar su desarrollo conceptual. Además, legitima un «binarismo colonialista [...] causal y determinista» (Villamayor 2022); se crea la idea de que el conocimiento producido alimenta exclusivamente la práctica y, más grave, se presenta ese conocimiento empírico como una categoría inferior de conocimiento. Al equiparar los términos (exclusivamente porque las prácticas son muy similares), se borran los matices epistemológicos y, con ello, el propio carácter de resistencia de la comunicación popular, en particular. Ya en la década de 1990, María Cristina Mata advertía del riesgo de utilizar como sinónimos nociones de comunicación popular, comunitaria, alternativa, ciudadana u otras (Mata 1993).

Es claro que el punto de partida del cuestionamiento de Mata radica en la forma en que diferentes fenómenos de la comunicación, propios de distintos contextos geográficos, socioeconómicos y culturales, fueron siendo presentados como equivalentes, en vista de una supuesta buena intención de facilitar la comprensión creando familiaridad. Así, critica la autora, la radio popular latinoamericana pasó a entenderse igual que la radio rural en África y la radio libre o asociativa en Europa (Mata 1993).

En el escenario globalizado en que tiene lugar esta reflexión, la noción de popular también se confrontó con otros enfoques que movilizan lo «popular» para tratar con el folclor o la comunicación de masas. En cierto modo, la polifonía del término «popular» es una de las razones que motivó una de las críticas a su uso para discutir las manifestaciones culturales de grupos marginados (Gómez Obando 2021). Gilberto Giménez habló de una «comunicación popular emancipadora» (Giménez 1984, 16), para distinguirla de la comunicación popular hegemónica, cuyas características se asemejan a lo que suele llamarse comunicación de masas, que es apropiarse de códigos populares para, finalmente, transmitir y reproducir ideas de las clases dominantes.

Sin embargo, tal como Giménez, Mata no abandona el concepto de popular, sino que busca describir y resaltar su distinción. Nuevamente, la intención no es restar valor a otros términos y manifestaciones, sino rescatar la dimensión política de la comunicación popular, tal como se concibe y practica en América Latina, por su carácter y su fuerza epistemológica.

Tengo una única razón que esgrimir: el propio modo de nombrarse de esas radios en el cual los sectores populares ocupan un lugar central como sujeto, fuente y destino de su acción. Reconocerse populares implica un posicionamiento global frente a un sistema económico-social en el cual dichos sectores –sin importar de qué grupos se trate o dónde estén ubicados geográficamente– son marginados o excluidos también globalmente del poder. Y no solo del poder comunicar. En ese sentido, su finalidad fundamental no es la democratización de la palabra o de la comunicación sino la alteración, la sustitución de unas formas de vida globalmente injustas y autoritarias (Mata 1993, 59).

La comunicación popular se asocia así a la definición misma de comunicación auténtica, que subyace en la obra de Paulo Freire (Lima 2011). Esta comunicación constituye un proceso de construcción o reformulación de significados, en oposición directa a cualquier idea de transmisión o mera circulación de información o enunciados. En otras palabras, *la comunicación popular es la manifestación pública y reivindicativa de personas y grupos marginados para participar, de manera integral e igualitaria, en la construcción colectiva de sentido*. Es lo que Freire describe como el poder emancipatorio de «nombrar el mundo» (Freire 2005) o lo que Nancy Fraser (2010) define como «representación», en su concepto tridimensional de justicia social. Este fue el carácter conceptual de la comunicación popular que terminó siendo pulverizado o marginado en el momento en que el debate internacional priorizó la simplificación terminológica por la equivalencia de prácticas, en detrimento del carácter epistemológico de la comunicación popular.

Reclamar la comunicación popular como una epistemología del sur significa, justamente, reconocer en esa tradición el principio fundamental definido en estudios desarrollados en Programa de Investigación sobre Epistemologías del Sur (Alice) del Centro de Estudios Sociales de la Universidad de Coímbra⁵. Según esos estudios, epistemologías del sur son fundamentalmente conocimientos generados en el seno de las luchas sociales, es decir, nacen de una profunda relación entre la teoría y la práctica (Santos, 2002; 2019). La praxis freireana, fundamentada en la acción-reflexión-acción (Freire 2005), se revela en la capacidad de los comunicadores y comunicadoras sociales que piensan la comunicación a partir del contexto de lucha y alimentan esa misma lucha con principios de la comunicación. El cambio que resulta de esa combinación es dialógico porque trae consigo el sentipensar de la gente que lo ha construido históricamente. En ese sentido, el

itinerario de saberes y de prácticas los podemos objetivar en las praxis políticas de quienes batallan otro mundo posible, donde la justicia social va de la mano de la justicia comunicacional y el conjunto de los derechos humanos (Villamayor 2022, 89).

1.3 Rearticular los diálogos

Es interesante observar cómo en estas primeras décadas del siglo XXI se viene produciendo una suerte de recuperación de la importancia de la teoría latinoamericana de la comunicación, por un lado, en la búsqueda de diálogo con marcos epistemológicos inspirados en culturas tradicionales, como es el caso de la comunicación asociada al buen vivir (Contreras Baspinero 2021, 2018; Barranquero Carretero y Saez Baeza 2017). Por otro lado, se recupera la contribución histórica de América Latina a la construcción del campo de los estudios de medios y comunicación a nivel global (Pertierra y Salazar 2020; Stephansen y Tréré 2019). Al mismo tiempo, está la crítica a un cierto borramiento de la literatura latinoamericana en los foros de discusión global, concentrados desproporcionadamente en publicaciones y eventos organizados en lengua inglesa (Suzina 2020; Ganter y Ortega 2019; Enghel y Becerra 2018).

⁵ Este capítulo fue escrito antes que las acusaciones contra Boaventura de Sousa Santos se hicieron públicas. Las referencias a sus obras fueron mantenidas para que sea posible ubicar los textos originalmente utilizados. Pero, en reconocimiento y solidaridad a las víctimas, reconozco aquí la labor colectiva de los muchos miembros del grupo Alice en la construcción del conocimiento sobre las epistemologías del Sur.

Este borramiento puede atribuirse a dinámicas de poder asociadas con la producción y circulación de conocimiento (Santos 2002), así como a la mercantilización de la ciencia (Albuquerque y Oliveira 2021). Entre las barreras a la difusión internacional está la atribución de una especie de etiqueta que sugiere que los conceptos de origen latinoamericano solo pueden explicar fenómenos que ocurren en América Latina. En consecuencia, al estar poco traducida, esta producción queda, en cierto modo, inaccesible por las limitaciones del idioma y de penetración en los espacios dominantes –principalmente angloparlantes– de circulación del conocimiento. Mientras que la literatura colonial hegemónica se proyecta por una idea de desterritorialidad, la comunicación popular pasa a reconocerse como «latinoamericana».

Es importante señalar que estas dinámicas también afectan la producción de conocimiento dentro de la propia América Latina. Sumándose al filtro lingüístico, el limitado acceso a ciertos foros de diálogo y debate y la legitimación de algunas «partes» (enfoques regionales), que asumen el rol de «todo» (enfoques neutrales y globales) (Sousa Santos 2002), generando que la dominación epistemológica se vuelva tan fuerte que la literatura hegemónica ingresa a América Latina como la que también debe ser referenciada aquí, debilitando los enfoques locales. El resultado es una restricción cognitiva, que lleva a leer la comunicación a través del lente de una territorialidad presentada como global o neutra –aunque generalmente procedente de Europa occidental o de Estados Unidos–, sin considerar que otras epistemologías no están siendo tenidas en cuenta. Para la comunicación popular, precisamente, como sugiere Villamayor (2022), significa reforzar o incluso profundizar un supuesto carácter marginal, que solo explica América Latina o, eventualmente, explica fenómenos de cierto tipo de movimientos o las llamadas comunidades periféricas.

La reciente reanudación del diálogo con América Latina aquí nombrada representa, por tanto, una oportunidad para retomar una participación que quedó interrumpida. En este sentido, es importante agregar a este repaso histórico la perspectiva de que la comunicación popular sigue siendo muy pujante y productiva y, sobre todo, que sigue aportando mucho sentido para mirar y pensar la comunicación, además, que sus claves analíticas sirven para pensar los procesos de comunicación en diferentes lugares del mundo. Sistematizar la comunicación popular como epistemología del sur es una de las formas de rearticular este debate.

1.4 Un marco normativo de la comunicación popular como epistemología del sur

La noción de epistemología del sur se ha desarrollado principalmente a partir de los estudios del grupo Alice, en Portugal. Algunos de sus aspectos están directamente asociados con la comprensión de la comunicación popular que se defiende en este capítulo, lo que se explica, entre otros factores, por el hecho de que el propio Sousa Santos reconoció la influencia seminal de la obra de dos autores latinoamericanos, Paulo Freire y Orlando Fals Borda, en el desarrollo de su marco conceptual (Sousa Santos 2019).

Las epistemologías del sur se refieren a la producción y validación de conocimientos anclados en las experiencias de resistencia de todos los grupos sociales que han sido sistemáticamente víctimas de la injusticia, la opresión y la destrucción provocadas por el capitalismo, el colonialismo y el patriarcado. Llamo al vasto y muy diverso alcance de estos experimentos el sur antiimperial. Es un sur epistemológico, no geográfico, compuesto por muchos sures epistemológicos que tienen en común que son conocimientos nacidos en las luchas contra el capitalismo, el colonialismo y el patriarcado. Se producen dondequiera que se den estas luchas, tanto en el norte geográfico como en el sur geográfico. El objetivo de las epistemologías del sur es permitir que los grupos sociales oprimidos representen el mundo como propio y en sus propios términos, pues solo así podrán transformarlo de acuerdo con sus propias aspiraciones (Sousa Santos 2019, 17, destacados míos).

La asociación entre el objetivo de superación de la opresión y la capacidad de representar el mundo en sus propios términos es evidentemente cercana al carácter ya mencionado de la comunicación popular como dinámica inherente a los movimientos que buscan participar de manera igualitaria en la construcción social de significados. Esto conduce a la identificación de un conjunto de aspectos normativos, que se pueden resumir en tres dimensiones principales que son 1) un enfoque horizontal, 2) una fuerte conexión con las luchas sociales y, posiblemente, 3) una configuración alternativa a los medios privados y hegemónicos (Suzina 2021). Estos se detallarán a continuación.

1.4.1. Dimensión epistemológica: un enfoque horizontal, de abajo hacia arriba, que requiere acoger la diversidad de saberes

Al entender la epistemología como una discusión sobre la naturaleza del conocimiento y sobre cómo se formula el conocimiento, esta dimensión determina que la comunicación popular sistematice un saber que tiene su origen en la experiencia vivida en las bases de la sociedad, es decir, en grupos en una posición diametralmente opuesta a las élites. Se trata principalmente de reconocer que estos grupos son genuinamente poseedores y productores e incluso comunicadores de conocimiento. Desde una perspectiva muy freireana, significa reconocer la equivalencia y la complementariedad, en oposición a la jerarquización de los saberes.

Esta dimensión permite una clara distinción en relación con otros enfoques que tratan el mismo tema. Por ejemplo, Cicilia Peruzzo (2021, 2024) demuestra este alejamiento de la corriente de la comunicación para el desarrollo. Como explica la autora, la comunicación popular se distancia del difusionismo, del intervencionismo, propio de la comunicación para el desarrollo de la década de 1950, porque se orienta a empoderar y emancipar a los grupos que se apropian de ella y la desarrollan. Mucho más allá de una apropiación de medios y procesos de comunicación para transmitir y aplicar conocimientos, estos grupos desarrollan una práctica y reflexión sobre la comunicación en la que esta se convierte en vector de identificación y sistematización de saberes, con miras a mejorar las condiciones de vida y transformar las relaciones en el interior de los grupos y con el resto de la sociedad.

El principio de horizontalidad es exigente y flexible al mismo tiempo. Por un lado, es exigente porque implica un cuestionamiento fundamental sobre el origen de la decisión misma de hacer comunicación y cómo hacerla: cuando una comunidad o movimiento social comienza a pensar y desarrollar la comunicación, ¿desde dónde se elabora?, ¿cuál es la raíz epistémica de esta comunicación?, y, aún más, ¿esta comunicación tiene un espíritu difusionista o un espíritu emancipador?

Por otro lado, su flexibilidad atañe al proceso de despliegue de algunas iniciativas que inicialmente pueden verse como verticales. Las razones que mueven las luchas sociales suelen ser urgentes, mientras que el proceso de transformación e incluso de participación popular suele ser lento. La decisión de crear una radio popular, por ejemplo, puede, en este contexto, ser tomada por un grupo de líderes de una comunidad o movimiento social. Esta decisión, originalmente limitada en el atributo de hacer «con la gente», puede redimir su verticalidad si el

proyecto se guía, desde el inicio, por una causa reconociblemente colectiva y por dinámicas que busquen ampliar progresivamente las formas de participación.

Floriane Zaslavsky (2016) analiza el riesgo de formación de «élites digitales» en el proceso de apropiación de plataformas de comunicación digital por parte de grupos marginados en India. La preocupación también aparece en el proceso de incorporación de los medios digitales en la comunicación del *Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra* (Suzina 2018), considerando, por un lado, la necesidad de ampliar la presencia del movimiento en las redes y, por otro lado, las desigualdades de acceso e incluso de interés de los diferentes miembros respecto de las plataformas. Como se señala en otro texto (Suzina 2018), la horizontalidad de la estrategia del *Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra* (MST) se preserva en el fortalecimiento de los canales de consulta y retroalimentación entre los equipos de comunicación interna y los campesinos activos en el movimiento.

Está la historia del Sr. Dimas. Un periodista vino al campamento, hizo un artículo y una foto sobre él y les subió a Internet. El señor Dimas venía a mi casa todos los días, pidiendo ver su artículo. Vino a mi casa tres veces. Y como estaba muy ocupado, seguí prometiendo que le imprimiría el artículo. 'Quiero mostrárselo a mis hijos, a mi madre, a todos', argumentó. Finalmente imprimí el artículo y lloró. 'Nunca pensé que aparecería en un periódico', dijo. En este artículo el Sr. Dimas discutía, por qué deberíamos comer alimentos venenosos si estos nos enferman. Decía que debemos comer cosas sanas y sabrosas, con su sencillez de palabra (Comunicador popular del MST, entrevista, 7 de octubre de 2015).

Siguiendo la reflexión de los propios comunicadores del MST, la historia del Sr. Dimas es un ejemplo, porque este campesino participó activamente en la construcción de sentido sobre su producción agrícola y su activismo, aunque la apropiación de la plataforma de comunicación fue mediada por sus pares, encargados de gestionar las acciones de comunicación del movimiento. La horizontalidad está, por tanto, profundamente asociada a la capacidad de escuchar y participar en la sistematización de significados.

1.4.2 Dimensión política: una fuerte conexión con las luchas sociales, conformando una especie de «movimiento social de la comunicación» en una lucha en torno a la construcción de los significados

Por un lado, el producto de la comunicación popular es un conocimiento que nace en el contexto de las luchas sociales. Internamente al movimiento o comunidad, la comunicación puede facilitar el surgimiento y sistematización de este conocimiento. Por otro lado, en la relación con la sociedad, más que una plataforma para la transmisión de este conocimiento, la comunicación popular constituye una lucha en torno a la definición de significados, formas de entender y relacionarse con el mundo, y entre diferentes personas y luchas. Como bien resume Villamayor, esa comunicación «no es una demostración de saberes, es una *acción creativa* conforme a cómo es cada grupo» (Villamayor 2022, 92, destacado mío).

En este sentido, es importante recordar que la comunicación popular, en su concepción y desarrollo, es el resultado de un proceso histórico. Aníbal Orué Pozzo (2021) repasa las transformaciones sociopolíticas, económicas y culturales que tuvieron lugar en América Latina a partir de la década de 1950 y el papel de la comunicación en el desenvolvimiento de estos hechos históricos. Washington Uranga (2021, 2024) analiza cómo la teología de la liberación, la forma en que la Iglesia Católica se organizó en la sociedad latinoamericana a partir de la década de 1960, influyó en la forma de concebir y realizar la comunicación popular. Son los desafíos y las luchas propias de ese período los que dan lugar a una concepción epistemológica de la comunicación.

En su desarrollo, esto significa que la comunicación popular, lejos de dotar a los medios de comunicación de un carácter instrumental, no se limita a una emisora de radio que visibilice una lucha social. Forma parte, orgánicamente, de la lucha social de su tiempo, en la transformación del sentido, de la cosmovisión y eso le da un carácter político. No se hace un periódico por hacer un periódico, sino para cambiar algo en la sociedad, porque hacer un periódico tiene cierta importancia en el proceso de transformación que emprende un determinado grupo social.

Esta relación intrínseca con la lucha social, que es el carácter político, es el elemento que no necesariamente está presente en la comunicación comunitaria,⁶ rural o alternativa, por ejemplo. Un ejemplo de otro estudio (Suzina 2018) ilustra este argumento. Al comparar

⁶ Es relevante indicar que en este capítulo se asume que la comunicación comunitaria no es necesariamente política; dicho de otra manera, la comunicación comunitaria no necesariamente tiene la dimensión política incorporada natural, ni automáticamente. Una comunidad puede ser creada alrededor de asuntos o temáticas que no aspiran al cambio social. En no pocos casos las comunidades tienen el estatus de audiencia, de público.

su trabajo en un periódico comunitario en el barrio de Paraisópolis de São Paulo-Brasil, con experiencias previas en periódicos de otros barrios, dos periodistas señalaron que «la diferencia [en Paraisópolis] es el enfoque en la vida comunitaria» (Suzina 2018, 299). En experiencias anteriores, solían estar «encerradas en una oficina», mientras que trabajar con Paraisópolis requería caminar por el barrio para escuchar y comprender las historias.

El trabajo de comunicación en el barrio Paraisópolis fue luego uno de los motores de una red solidaria para proteger y apoyar a la comunidad durante la pandemia de la COVID-19. Los equipos barriales forman parte de un movimiento nacional, el *G-10 Favelas*, que busca valorizar y fortalecer los saberes presentes en las periferias, para mejorar las condiciones de vida de sus poblaciones y también posicionarlas en igualdad de condiciones como ciudadanas. La comunicación comunitaria o rural puede referirse a un territorio, pero no necesariamente es una lucha política, dentro de un proceso de cambio de cosmovisión. El periódico o la radio es *comunitario y popular si tiene un carácter territorial y un carácter de cambio, de compromiso con la lucha social.*

1.4.3 Dimensión mediática: una configuración alternativa a los medios privados y hegemónicos, guiada por la intención de ocupar el debate público, cuando se movilizan medios de comunicación (impresos, audiovisuales o digitales)

No todas las experiencias de comunicación populares implican la movilización de tecnologías de medios. La elección de la plataforma de mediación, tecnológica o no, está directamente asociada a los dos primeros principios normativos. La horizontalidad favorece la comprensión de las características del grupo y qué tipo de comunicación favorece más la identificación, la enunciación y el intercambio de conocimientos. El vínculo con las luchas sociales define la plataforma más adecuada según la estrategia de reivindicación, que puede variar según momentos de alta visibilidad o latencia de las movilizaciones (Peruzzo 2021; 2024). Si algún medio responde a las características y necesidades identificadas, también se creará y desarrollará de acuerdo con estos atributos.

Así, la comunicación popular se asocia a modelos alternativos de *mediación* –como procesos que permiten la sistematización, circulación y apropiación del conocimiento– y de *mediatización* –como procesos en los que las tecnologías mediáticas asumen roles decisivos en la organización, difusión y puesta en común del conocimiento– que van desde conversaciones en el vecindario hasta el desarrollo de inteligencia artificial o la gestión de imágenes de satélite. La estrategia de los «presidentes de calle», que monitorearon y apoyaron la situación en su vecindario durante la pandemia de COVID-19 en Paraisópolis es un ejemplo de la primera (Suzina 2022b). La capacitación sobre el uso de drones para impulsar estrategias comunitarias para la gestión y protección del territorio en Sarayaku, Ecuador, ilustra el segundo (Suzina 2022a).

Esta comprensión va más allá de la observación de que el diario de barrio se diferencia del diario de masas porque tiene una circulación restringida y un lenguaje adecuado al público; este primero es un modelo alternativo de aprendizaje colectivo, de mediación de un debate colectivo dentro de las luchas y entre estas y otros sectores de la sociedad. El proceso por el cual se desarrollan estos medios sigue un modelo diferente, así como la forma de organizar, producir y hacer circular los contenidos es diferente en relación con los medios comerciales, pero también diferente de una experiencia a otra, considerando los objetivos y la naturaleza de los medios de comunicación de cada lucha, en su contexto específico.

La noción de tiempo es fundamental para entender esta relación con los medios. Dada la intensidad de los procesos de mediatización actuales, uno de los mayores riesgos de desconexión con la noción de comunicación popular es que la comunicación de una comunidad o movimiento social se ponga a seguir el ritmo vertiginoso del desarrollo tecnológico. Exagerando un poco, se podría afirmar que casi todos los días aparece una nueva tecnología, que requiere un nuevo lenguaje y demanda un acercamiento diferente a sus interlocutores. Si el esfuerzo se convierte en seguir la evolución de esta tecnología al mismo tiempo que se actualiza, es muy fácil que el carácter popular de la comunicación se pierda por el camino.

En una amplia encuesta a comunicadores populares de seis regiones de Brasil (Suzina 2018), se observó que la presencia de herramientas digitales es generalizada, incluso en los lugares más remotos. En algunos casos, la radio comunitaria usó Internet mucho antes que la comunidad que la rodeaba la accediera. Si bien se presenta como justificación el objetivo de aumentar la visibilidad ante la sociedad, en algunos casos, esta elección termina comprometiendo las dinámicas informativas y comunicativas locales. En algunos contextos, las soluciones consideradas rudimentarias, como una radio altoparlante, siguen teniendo más sentido y se prefieren a otras posibilidades. El caso del MST es un ejemplo en el que el límite de 1 km impuesto por la legislación brasileña para el alcance de las radios comunitarias autorizadas no cubre la dispersión geográfica de las personas residentes en un asentamiento, haciendo altoparlantes figurar como mejores solución para mantener el flujo comunicacional en las comunidades (Suzina 2018, 287).

En suma, lo alternativo, en la comunicación popular, se relaciona principalmente con la opción preferencial según el momento de la lucha social en que se inserta. Aunque se le considere rudimentario, pobre o principiante, su pertinencia y eficacia radican en su capacidad para mantener la horizontalidad y la participación en la construcción colectiva de sentido.

2. ¿Cómo y por qué podemos utilizar la epistemología de la comunicación popular para leer los procesos de comunicación en su conjunto?

Tomar la comunicación popular como epistemología del sur significa entenderla como un marco conceptual que permite reflexionar sobre la comunicación, más allá de las experiencias restringidas a una determinada organización o movimiento social. Esto es posible porque, por un lado, además de definir un marco normativo, como el presentado anteriormente, la comunicación popular se desarrolla como *una práctica, un método y una pedagogía*. Por otro lado, entendida como un movimiento de *resistencia*, constituye un importante enfoque dentro de la escuela crítica latinoamericana de comunicación.

Como *práctica*, como ya se mencionó, varios autores y autoras dicen que, antes de que haya un pensamiento sobre la comunicación popular, hay una práctica, y esta práctica genera una reflexión. Así, la praxis de Freire (acción-reflexión-acción) (Freire, 2005) es muy pertinente a la forma en que se constituye el campo de la comunicación popular. Los profesionales, actores y actrices de este campo, se forjan en la práctica, tal como afirma Bona (2021), pero también interfieren en la forma en que se piensa y se realiza la comunicación. Destacando otro aspecto, al recordar la importancia de la radio popular en América Latina, Mata (2021) retoma la oralidad, la proximidad que tiene la comunicación popular con las personas, convirtiendo un rasgo cultural en un elemento esencial de comprensión y actuación en dinámicas de apropiación y cuestionamiento del poder.

La comunicación popular como *método* está íntimamente asociada al desarrollo de procesos participativos. Para describir uno de sus referentes, Jair Vega Casanova (2021; 2024) recorre la obra de Orlando Fals Borda y su Investigación Acción Participación (IAP), que dialoga mucho con las discusiones actuales sobre la investigación comprometida; una investigación que se orienta a alimentar las luchas sociales. Esta no es un estudio sobre un tema en particular, sino un diálogo con personas que saben sobre ese tema y su concepto. En ese sentido, es una investigación que rescata la idea de valorar la diversidad de saberes en la construcción o revisión de formas de comprender e intervenir en la realidad.

La comunicación popular también se despliega como *pedagogía*, tal como lo describe Daniel Prieto Castillo (2021), quien habla de valores y principios en la forma de construir y compartir el conocimiento. Muy inspirada en el pensamiento de Paulo Freire, esta dimensión se abre en diferentes enfoques en los que se entrelazan comunicación y educación, ya sea para favorecer la literatura mediática, sea para posibilitar procesos educativos emancipatorios, entre otras posibilidades.

Finalmente, en cuanto a su carácter de *resistencia*, es importante señalar que la comunicación popular se integra en el proceso de surgimiento de una escuela latinoamericana de pensamiento sobre comunicación. Gabriel Kaplún (2013) habla de cuatro corrientes de desarrollo de este proceso, que son la funcionalista, la crítica, la culturalista y la alternativa. Tan interesante como describir estos enfoques, es observar el punto de encuentro entre ellos. Para José Marques de Melo, la conformación de una perspectiva latinoamericana en el campo de la comunicación implica una ruptura con «los estándares conservadores del funcionalismo norteamericano o la crítica radical pero políticamente poco comprometida de la Escuela de Frankfurt» (Gomes 2017, 30).

En síntesis, la comunicación popular surge como una lectura de la comunicación que constituye una resistencia a estas teorías dominantes, indicando que estos marcos presentados como globales, pero tan regionales como la propuesta latinoamericana, no son suficientes para leer algunos procesos que se veían en el contexto de la América Latina del siglo XX, desarrollándose, así, como una alternativa epistemológica para el campo de la comunicación. Su relevancia actual radica, entre otros aspectos, en su capacidad para analizar la evolución de la comunicación en contextos de desigualdades socioeconómicas y asimetrías políticas, aún presentes en América Latina, pero también en varias otras democracias, más o menos asentadas.

Referencias bibliográficas

- Albuquerque, Afonso de y Thiane de Oliveira. 2021. «Pensando o Recolonial nos estudos da Comunicação: reflexões a partir da América Latina». *Comunicação Mídia e Consumo* 18, n.º 51: 81-100. https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/82/pdf_1
- Barranquero Carretero, Alejandro y Chiara Saez Baeza. 2017. «Latin American Critical Epistemologies toward a Biocentric Turn in Communication for Social Change: Communication from a Good Living Perspective». *Latin American Research Review* 52, n.º 3: 431-445.
- Bona, Nívea Canalli. 2021. «Popular communication in Latin America: a look at the actors who build bridges». En *The evolution of popular communication in Latin America. An epistemology of the south from media and communication studies*, editado por Ana Cristina Suzina, 159-174. Cham: Palgrave.

- Contreras Baspinero, Adalid. 2018. «Comunicación y vivir bien/buen vivir en el cuidado de la casa común». En *Comunicación, Ciudadanía y Democracia. Para una vida plena y solidaria*, editado por ACCP Signis Paraguay, 293-319. Asunción: Signis ALC.
- Contreras Baspinero, Adalid. 2021. «Communication and Vivir Bien/Buen Vivir. In the care of our common home». En *The evolution of popular communication in Latin America. An epistemology of the south from media and communication studies*, editado por Ana Cristina Suzina, 209-228. Cham: Palgrave.
- Dornelles, Beatriz. 2007. «Divergências conceituais em torno da comunicação popular e comunitária na América Latina». *e-compos: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação* volumen, n.º 9: 1-18. <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/176/177>
- Enghel, Florencia y Martin Becerra. 2018. «Here and There: (Re)Situating Latin America in International Communication Theory». *Communication Theory* 28: 111-130.
- Ferron, Benjamin. 2006. «Les médias alternatifs : entre luttes de définition et luttes de (dé-)légitimation». *8º colloque Brésil-France*. Université Stendhal.
- 2010. «Des médias de mouvements aux mouvements de médias. Retour sur la genèse du “Réseau Intercontinental de Communication Alternative” (1996-1999)». *Mouvements* Janvier-Mars, n.º 61: 108-120.
- Flores-Márquez, Dorismilda. 2021. «Digital media and emancipation in Latin American communication thinking». En *The evolution of popular communication in Latin America. An epistemology of the south from media and communication studies*, editado por Ana Cristina Suzina, 191-208. Cham: Palgrave.
- Fraser, Nancy. 2010. «Reframing justice in a globalizing world». En *Scales of justice. Reimagining political space in a globalizing world*, editado por Nancy Fraser, 12-29. New York: Columbia University Press.
- Freire, Paulo. 2005. *Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Ganter, Sarah Anne y Félix Ortega. 2019. «The Invisibility of Latin American Scholarship in European Media and Communication Studies: Challenges and Opportunities of De-Westernization and Academic Cosmopolitanism». *International Journal of Communication* 13: 68-91. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/8449>

- Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and self-identity*. Cambridge: Polity Press.
- Gimenez, Gilberto. 1984. *Notas para una teoría de la comunicación popular*. Vol. 1, *En Que es la comunicación popular y alternativa?: Dos documentos para discusión*. Santiago, Chile: ECO Servicio de documentación: comunicación y solidaridad.
- Gomes, Pedro Gilberto. 2017. *Dos meios à midiatização. Um conceito em evolução*. Sao Leopoldo: Ed. Unisinos.
- Gómez Obando, Santiago. 2021. «The vestiges of the concept of popular in Latin America». En *The evolution of popular communication in Latin America. An epistemology of the south from media and communication studies*, editado por Ana Cristina Suzina, 91-106. Cham: Palgrave.
- Gumucio Dagron, Alfonso. 2001. «Call me Impure: Myths and Paradigms of Participatory Communication». *ICA Pre-Conference on Alternative Media «Our Media, Not Theirs»*. Washington DC.
- Kaplún, Gabriel. 2013. «Viejas y nuevas tradiciones en la comunicación latinoamericana». *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* 10, n.º 18: 66-76. <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/114>
- Lima, Venício A. de. 2011. *Comunicacao e Cultura: as ideias de Paulo Freire*. Vol. 2ed. Brasília: Editora UnB / Editora Fundacao Perseu Abramo.
- Mata, María Cristina. 1993. «¿Radio popular o comunitaria?» *Chasquí, Revista Latinoamericana de Comunicación*, n.º 47: 57-59. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/13871>
- 2021. «Popular Radios: Constants and Tensions». En *The evolution of popular communication in Latin America. An epistemology of the south from media and communication studies*, editado por Ana Cristina Suzina, 141-157. Cham: Palgrave.
- Orué Pozzo, Aníbal. 2021. «Thinking about communication from the Global South». En *The evolution of popular communication in Latin America. An epistemology of the south from media and communication studies*, editado por Ana Cristina Suzina, 29-50. Cham: Palgrave.

- Pertierra, Anna Cristina y Juan Francisco Salazar. 2020. *Media Cultures in Latin America. Key Concepts and New Debates*. New York and Oxon: Routledge.
- Peruzzo, Cicilia Maria Krohling. 2006. «Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária». *XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Brasília, DF: Intercom : UnB.
- 2021. «Popular and Communitarian Communication in Rural Social Movements: Beyond “Diffusionism” to Emancipatory Participation». En *The evolution of popular communication in Latin America. An epistemology of the south from media and communication studies*, editado por Ana Cristina Suzina, 51-72. Cham: Palgrave.
- 2024. «La comunicación popular y comunitaria en los movimientos sociales rurales: Más allá del difusionismo, la participación emancipadora». En *La Comunicación Popular en Nuestramérica: Visiones y Horizontes*, editado por Ana Cristina Suzina y Jair Vega-Casanova, 83-100. Bogotá: Friedrich–Ebert–Stiftung FES.
- Prieto Castillo, Daniel. 2021. «A praise of dignity in educational practice». En *The evolution of popular communication in Latin America: An epistemology of the south from media and communication studies*, editado por Ana Cristina Suzina, 129-140. Cham: Palgrave.
- Sousa Santos, Boaventura de. 2002. «Para uma sociologia das ausencias e uma sociologia das emergencias». *Revista Critica de Ciencias Sociais* 63 (Outubro): 237-280. <https://hdl.handle.net/10316/10810>
- Sousa Santos, Boaventura de. 2019. *O fim do império cognitivo: a afirmacao das epistemologias do Sul*. Belo Horizonte: Autentica Editora.
- Stephansen, Hilde C. y Emiliano Treré. 2019. *Citizen Media and Practice: Currents, Connections, Challenges*. London: Routledge.
- Suzina, Ana Cristina. 2018. «Popular media and political asymmetries in the Brazilian democracy in times of digital disruption» Tesis doctoral. Universite Catholique de Louvain. <https://www.scielo.br/j/interc/a/J4MgQkDZjNQcWd35LLQSyDN/?format=pdf&lang=en>
- 2020. «English as lingua franca. Or the sterilisation of scientific work». *Media, Culture & Society* 43, n.º 1:171-179. doi:10.1177/0163443720957906.
- 2021. «Introduction: Popular Communication, an Epistemological Debate between South and North». En *The Evolution of Popular Communication in Latin America*, editado por Ana Cristina Suzina, 1-26. Cham: Palgrave MacMillan.

- 2022a. «The Kawsak Sacha and a circular approach to communication». *Latinx Digital Media-Virtual Seminar Series, Spring 2022*. Northwestern University. https://www.youtube.com/watch?v=r_KjOjc-oWY&t=52s.
- 2022b. «A comunicação popular e comunitária face à pandemia e às mudanças climáticas». En *Comunicación popular y comunitaria en América Latina*, editado por Washington Uranga y Sandra M Obrador. Buenos Aires: ALAIC.
- Suzina, Ana Cristina y Bruno Fuser. 2022. «Participation as notion and practice in popular communication: experiences in the Brazilian Amazon». *IAMCR Conference*. Beijing.
- Touraine, Alain. *Le retour de l'acteur: Essai de Sociologie*. Paris: Fayard.
- Uranga, Washington. 2021. «Faith, Communication and Commitment to Liberation». En *The evolution of popular communication in Latin America. An epistemology of the south from media and communication studies*, editado por Ana Cristina Suzina Suzina, 73-90. Cham: Palgrave.
- 2024. «Fe, comunicación y compromiso por la liberación». En *La Comunicación Popular en Nuestramérica: Visiones y Horizontes*, editado por Ana Cristina Suzina y Jair Vega-Casanova, 83-100. Bogotá: Friedrich–Ebert–Stiftung FES.
- Vega Casanova, Jair. 2021. «Disenchantment as a path toward autonomy. Orlando Fals Borda, PAR, Communication and Social Change». En *The evolution of popular communication in Latin America. An epistemology of the south from media and communication studies*, editado por Ana Cristina Suzina, 109-120. Cham: Palgrave.
- 2024. «El desencanto como camino hacia la autonomía. Orlando Fals Borda, la IAP, la comunicación y el cambio social». En *La Comunicación Popular en Nuestramérica: Visiones y Horizontes*, editado por Ana Cristina Suzina y Jair Vega-Casanova, 83-100. Bogotá: Friedrich–Ebert–Stiftung FES.
- Villamayor, Claudia. 2022. «Comunicación y emancipación: Muchos mundos, diversidad de perspectivas». *Chasquí. Revista Latinoamericana de Comunicación*, n.º 149, 85-98. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8619179>
- Zaslavsky, Floriane. 2016. «Quels médias pour se ré-appropriier une voix? L'investissement d'internet par le mouvement dalit.» *Observatorio (OBS*) Journal (Special Issue: Media, Internet and Social Movements in the context of asymmetries)*: 97-115.

Comunicación Comunitaria y Comunidad:

definiciones e interfaces con las Relaciones
Públicas Populares. ⁷

Cicilia M. Krohling Peruzzo

1. Introducción

La comunicación popular, comunitaria y alternativa y variantes como comunicación y educación y comunicación para el cambio social, alguna vez destinadas a aumentar la calidad de la ciudadanía, han sido temas recurrentes en los congresos en el campo de la comunicación en Brasil y en otros países, principalmente, dentro de los grupos de trabajo, espacios en los que se presentan los resultados de las investigaciones académicas. A nivel interno de las universidades en Brasil, estos temas, en general, también forman parte del contenido teórico de los cursos, así como de los proyectos de extensión y de las tesis, tanto de grado como de especialización, maestría y doctorado e, incluso, se han incorporado a líneas de investigación de programas de posgrado en comunicación social.

Este texto se basa en una investigación bibliográfica, pero con énfasis en un enfoque de ensayo analítico, tiene como objetivo sistematizar los principales conceptos de la comunicación comunitaria y mostrar sus interfaces con las relaciones públicas populares, o sea, cuando la comunicación se inserta en el ámbito de los movimientos sociales populares y otras organizaciones del tercer sector.

Cuando se trata de comunicación popular y comunitaria, hablamos de diferentes formas de interacción, entre ellas formas de comunicación dialógica directa: cara a cara, interpersonal y grupal, pero también mediada por aplicaciones de WhatsApp, además de la potenciación de canales de comunicación en diferentes tecnologías como sistemas de la radio y por Internet. En especial las radios comunitarias y los canales comunitarios de televisión por cable, que existen en diferentes formatos, tanto los legalmente instituidos con base en leyes y decretos y otras formas de comunicación sin fines de lucro, como las emisoras comunitarias libres, o no legales (por opción política o porque el sistema de autorización del gobierno federal se caracteriza por la lentitud en la evaluación y atención, además de no abarcar toda la demanda), el megáfono, podcast y webradio.

En el segmento de televisión, además de los canales comunitarios de TV Cable, antecedidos por raras experiencias de TV libres que «robaron» espacios en el sistema abierto,

⁷ Este texto constituye una actualización y una traducción del presentado en el Grupo de Investigación *Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, XX Encuentro de los Grupos de Investigación en Comunicación en el marco del 43º Congreso Brasileño de Ciencias de la Comunicación, modalidad virtual, desde Salvador, FACOM - Universidad Federal de la Bahía, de 1 a 10 de diciembre de 2020. El cual fue publicado por la editorial de la Universidad de Bahía en el libro *Comunicação Estratégica e Gestão de Marcas* y por la editorial Gulliver bajo el título *50 anos de Histórias das Relações Públicas em Minas Gerais e Espírito Santo*.

están Street TV, WebTV, video documental y canales y perfiles de redes sociales digitales, como YouTube, Facebook, Instagram, etc., que difunden podcasts y vídeos producidos por colectivos de comunicación alternativa. A todo ello, se suman boletines y diarios comunitarios, panfletos, pancartas, afiches, marchas, obras de teatro, poesía, además de dinámicas de comunicación interpersonal y grupal, presencial o mediada por tecnologías, que, según cada situación, forman parte de este segmento de comunicación.

En este texto, defino primero la comunidad y las tensiones que acompañan su comprensión y las prácticas asociadas, para exponer luego lo que se entiende por comunicación comunitaria y algunos conceptos afines. Para, después, problematizar las interfaces entre comunicación comunitaria y relaciones públicas.

2. Comunicación comunitaria y conceptos de comunidad

En general, lo que caracteriza a la comunicación comunitaria es su organicidad con alguna comunidad, es decir, pertenece a una comunidad, está hecha por ella y para ella, con algunas excepciones en las que personas o grupos cívicos aun sin la amplia participación de la gente de la comunidad «representan» a una determinada comunidad o segmento social, pero desarrollando también una labor comunicativa de carácter comunitario.

Sin embargo, el término comunidad, a pesar de ser ampliamente utilizado, no es unívoco. Se usa con distintas acepciones y, a veces, incluso de manera equivocada, cuando se refiere a situaciones de relaciones sociales de baja densidad, o de proximidad superficial y aparente. Por ejemplo, cuando se toma comunidad como sinónimo de barrio o territorio que no necesariamente es intercomunicativo y cooperativo. Sin embargo, en el barrio pueden existir comunidades tanto territoriales como con otro tipo de afinidades. La comunidad presupone la existencia de vínculos sólidos entre sus miembros, participación, identidades e intereses comunes. Implica objetivos compartidos y la participación activa de las personas en la vida de la comunidad.

Entonces ¿Qué es entonces la comunidad desde el punto de vista teórico? En resumen, aún no existe un concepto que pueda dar cuenta de los diferentes modos de vivir el carácter comunitario, ya que se pueden justificar diferentes visiones según el contexto. Sin embargo, como dice Bauman (2003, p.7), “la palabra ‘comunidad’ [...] sugiere algo bueno: sea lo que sea que ‘comunidad’ signifique, es bueno tener ‘comunidad’, ‘estar en comunidad’.”

Goldsmith (1999,140-142) observa que, en detrimento de comunidades tradicionales, heredadas y más estables, en las que las personas se insertan por circunstancias históricas, como es el caso de comunidades geográficas, religiosas, culturales, organizacionales/profesionales y de servicios voluntarios –las comunidades del futuro serán «comunidades de elección» o «comunidades de interés»–, favorecidas por el entorno globalizado e interconectadas por tecnologías modernas. El énfasis de su enfoque, en el texto mencionado, recae únicamente en las nuevas tendencias de creación de formas de organización «ante la expansión del potencial para comunicarse instantánea y masivamente en todo el planeta [debido a las tecnologías] y, en estrecha conexión con esto, la capacidad de crear comunidades de elección» (Goldsmith 1999, 131). Pero también otros tipos de comunidad de elección impregnan este universo, como las que se constituyen en los contextos de los movimientos sociales cívicos (Peruzzo, 2002).

Martin Buber (1878-1965), tras discutir los límites de las conceptualizaciones de Tönnies ([1935] 1995), ya apuntaba a este nuevo tipo de comunidad cuando afirmaba que «la forma de vida humana en común no puede imponerse desde fuera sobre grupos humanos activos; debe surgir desde adentro en todo tiempo y lugar» (Buber 1987, 37-39). En ese mismo texto el autor indica que la comunidad **se basa en lazos de elección**, ya no en lazos de sangre (Buber 1987, 39).

Las comunidades de elección no se refieren únicamente a aquellas «comunidades de interés», en las que se opta por participar por motivos personales, de identidad, políticos, etc., creadas a partir de circunstancias tecnológicas, como señala Goldsmith. Las comunidades de elección existían antes de estas tecnologías y existen más allá de ellas. Desde Buber (1987), aparece otra perspectiva cuando afirma que una nueva forma de comunidad tiene como finalidad a «sí misma y la vida». «La nueva comunidad apunta a la comunidad misma. [...] Vida que te libera de límites y prejuicios. [...] Comunidad y vida son una. La comunidad que imaginamos es solo expresión de un anhelo desbordante de vida en su totalidad» (Buber 1987, 33-34. Por tanto, la comunidad en la que se elige participar es aquella en la que se identifican sentimientos de cooperación y compromiso que van más allá de los intereses individuales.

Entiendo que, concretamente, los movimientos sociales populares han ido constituyendo este tipo de comunidad a la que se refiere Buber; en función de la capacidad agregativa en la construcción de la historia de los pueblos latinoamericanos, en sus luchas cotidianas en beneficio de una vida digna para las colectividades humanas, superando el individualismo y fortaleciendo el carácter comunitario de sus acciones y propuestas. Sin embargo, movimiento

social no es sinónimo de comunidad. Como ya he señalado en otro texto (Peruzzo 2002, 288), aunque

el individualismo es una de las marcas de la sociedad contemporánea, también existe una tendencia hacia la colectividad y la participación social. Si bien los procesos de globalización son implacables, simultáneamente se generan procesos de valorización de lo local y de comunitarismo.

Ya en el texto supracitado hacia referencia a que, entre las diversas formas de agregación, se encuentran grupos de mujeres, ambientalistas, vecinos de una localidad, personas sin tierra, personas afrodescendientes, grupos de ayuda mutua, asociaciones, redes de movimientos sociales, cooperativas, hasta comunidades religiosas, grupos étnicos, entre miles de otros (Peruzzo 2002, 289).

Es en este contexto que las experiencias de comunicación popular, comunitaria y alternativa –y sus derivaciones educativas, participativas, radicales, ciudadanas– tienen más éxito en cuanto a la organización de los movimientos populares y al cultivo del carácter comunitario, es decir, en medio de los movimientos populares también se forman nuevas comunidades de elección.

Volviendo a los conceptos de comunicación popular y comunitaria, esta se caracteriza por una comunicación de proximidad a través de procesos de interacción social constituidos a nivel de grupos, redes, colectivos, comunidades organizadas –de los más diversos tipos–, sean de base geográfica o articuladas a partir de identidades culturales, históricas, lingüísticas, étnicas, por compartir un territorio físico, una acción política o circunstancias de vida comunes. Se fundamenta en principios de orden público como contribuir a los procesos de movilización de la propia comunidad, difundir contenidos con fines educativos, culturales y de ampliación de la ciudadanía, sin ánimo de lucro y promoviendo la participación activa de la población en todo el proceso de hacer y gestionar la comunicación.

El núcleo de esta manera de comunicación consiste en pertenecer a una comunidad y dirigirse a ella, expresando sus intereses y necesidades comunicacionales, además de privilegiar la propiedad colectiva y la gestión compartida de los medios por parte de personas de la propia comunidad.

Sin embargo, en las prácticas sociales también existen distorsiones y antagonismos, que generan controversias a nivel de debate y comprensión de los conceptos de comunicación comunitaria y afines. Por un lado, porque depende de la visión que se tenga de comunidad

y con la que se trabaje. Por otro lado, porque no siempre todas las iniciativas mediáticas en las localidades están a la altura del sentido comunitario deseable y, por tanto, acaban distanciándose de sus conceptos y principios rectores.

En Brasil por ejemplo, a veces la apropiación del espectro radioeléctrico de baja potencia, establecido por la ley 9612/1998, ocurre, aunque sea a nombre de asociaciones o fundaciones, por personas y grupos que no respetan los fines establecidos en la ley y termina primando el proselitismo religioso discriminatorio, los intereses comerciales y la gestión personalizada. También, hay casos en que las personas líderes lo hacen por falta de información (Berti 2013), porque cuando no dominan los conceptos y visiones comunitarias, terminan poniendo en práctica su deseo de operar radios locales a partir de su propia experiencia con fines o modelos comerciales. Sin embargo, este fenómeno no puede generalizarse, ya que existe un número importante de radiodifusores que valoran el sentido comunitario y los principios jurídicos que contribuyen al desarrollo social y comunitario.

Otro factor que puede nublar la comprensión del concepto de comunidad es que también se ha comprendido y utilizado, desde el «sentido común», como cualquier aglomeración de personas, especialmente en el contexto de los medios convencionales, y para caracterizar algunos periódicos y segmentos de programación de televisión o radio dirigidos a las clases populares. Como se indicó anteriormente, una de las prácticas que hace difícil alcanzar el ideal del concepto de radio comunitaria es la apropiación del término por parte de personas o grupos locales que operan medios de bajo alcance al amparo de la legislación de medios comunitarios, pero que los gestionan según la lógica de los medios convencionales, tanto en términos de contenido como en la priorización de sus propios intereses, desde una racionalidad de mercado.

Pero, más allá de esas controversias, los medios comunitarios y otras formas de comunicación ciudadana del pueblo son los que tienen como protagonistas a segmentos cívicos organizados de la población, los creados por asociaciones comunitarias y movimientos populares que llevan contenidos comprometidos con la sensibilización, la prestación de servicios de interés, el cambio público y social en beneficio del desarrollo comunitario y el respeto a los derechos humanos y ciudadanos. Por tanto, contribuyen a la democratización de la comunicación.

Así, sin desconocer la importancia, necesidad y vigencia de los medios convencionales en Brasil, mejor dicho, de los medios de comunicación nacionales, regionales y locales, que ejercen la libertad de información, ofrecen entretenimiento y prestan servicios de interés público y, en el caso de medios regionales y locales, contribuyen con información local al valorar contenidos

relacionados con sus localidades, a pesar de todo ello, existen distinciones en relación a los medios comunitarios que necesitan ser preservadas.

No se trata de que un medio regional o local no pueda ser comunitario, pero no basta ser local para ser comunitario. Ciertos principios y elementos intrínsecos del concepto de comunidad, algunos de los cuales fueron mencionados anteriormente, constituyen parte de los fundamentos de la concepción de la comunicación popular y comunitaria. En otras palabras, no basta con que un programa de televisión o una emisora de radio se autodefinan como comunitaria, como tampoco basta estar ubicado en un pueblo pequeño y saber hablar el lenguaje de la «gente» o de las «cosas de la gente», para caracterizarse como comunitario. Esto no es suficiente si abrazamos el sentido profundo de la palabra y las prácticas inherentes al comunitarismo como compromiso con la vida, con el interés público.

Las especificidades de lo comunitario se complementan con un significado más, el de la formación –educación ciudadana informal– que un medio de comunicación comunitario tiene el potencial de propiciar. A través de la participación activa de la ciudadanía en todos los procesos del hacer comunicativo –organización, planificación, recolección de información, sistematización y difusión– se contribuye también al desarrollo intelectual y no únicamente a través de los contenidos que se difunden y reciben. En otras palabras, no es solo el contenido transmitido lo que ayuda al desarrollo social, sino todo el involucramiento y la participación activa de las personas de la comunidad en la planificación, producción, difusión de mensajes y gestión, sea directamente o mediante sus representantes. Por tanto, lo que define a la comunicación comunitaria no son solo características como ser pequeña y tener un vínculo con alguna comunidad, sino también no tener fines lucrativos, transmitir contenidos emancipadores, posibilitar la participación efectiva de la ciudadanía en la producción de contenidos y, además, valorar la propiedad colectiva y ejercer la deseable gestión compartida.

Sin embargo, llamados a observar los procesos de manera compleja, consideramos que algunas experiencias no dejan de ser comunitarias cuando son desarrolladas por personas individuales o son de propiedad privada de un líder comunitario. Lo que define el carácter comunitario de un medio o de un proceso de comunicación, depende de los objetivos y prácticas realizadas, así como si responden a un conjunto de factores, que no necesariamente aparecerán todos juntos en una misma experiencia. La realidad de cada lugar y las prácticas vividas mostrarán el rostro de esa comunicación.

3. Los antecedentes de la comunicación comunitaria

Conceptual e históricamente, la comunicación comunitaria deriva de la comunicación popular que también recibe denominaciones como alternativa, participativa, dialógica, educativa, radical, etc. En suma, debido a las proximidades conceptuales provenientes de prácticas históricamente situadas en el contexto de movimientos sociales y comunidades, se han utilizado diferentes expresiones, pero que juntas caracterizan una contracomunicación, o una comunicación otra como ya lo dijo Mario Kaplún (1985) en la década de 1980. A pesar de que a lo largo del tiempo, ha habido algunas distinciones entre comunicación popular, comunitaria y alternativa (Peruzzo 2009), es posible, por un lado, tomarlas en su conjunto cuando se busca una visión más global, respetando los matices históricos que explican los conceptos. Por otro lado, es difícil y hasta imprudente establecer límites rígidos entre comunicación popular, comunitaria y alternativa debido a las interfaces que se revelan en las prácticas sociales, aun cuando lo alternativo haya asumido características más específicas (Peruzzo 2009), cuando se manifiesta en el segmento de prensa alternativa. El caso es que también existen boletines o pequeños diarios alternativos en el ámbito de lo popular que convergen en la dirección de la comunicación popular.

Finalmente, a pesar de las diferentes denominaciones, en la práctica los objetivos, los procesos desarrollados y la estrategia son similares, o al menos, en última instancia, convergen en el interés ciudadano por los cambios en la sociedad. Sin embargo, la expresión comunicación popular (que deriva del concepto pueblo, en la acepción de pueblo como clase subalterna) se adapta mejor como concepto madre al que se alinean vertientes comunicacionales históricamente derivadas de ella, como las de carácter comunitario y alternativo. La similitud, o más bien las congruencias, entre distintas iniciativas revelan que tienen en común la búsqueda de la transformación de estructuras que oprimen la condición humana e impiden la libertad de expresión popular de las clases subalternas. Es un fenómeno comunicacional constituido en Brasil y en otros países de América Latina, al menos desde fines de la década de 1970, que se da en el contexto de movimientos populares y organizaciones afines, cuando se instituyen formas de resistencia a las dictaduras militares. Sin embargo, destaco que se pueden percibir ciertas diferencias según realidades específicas, además de que en la actualidad la distinción entre lo comunitario y lo alternativo (Peruzzo 2009) es más clara debido a las recreaciones del periodismo alternativo en esta era de internet.

En síntesis, la comunicación comunitaria, popular y alternativa se caracteriza por ser una expresión de las luchas populares por mejores condiciones de vida que se dan desde los movimientos populares y otras organizaciones cívico-comunitarias. Además, representan un espacio para la participación democrática de sectores organizados de la población en la gestación de una comunicación basada en sus demandas y cosmovisiones. A veces, la comunicación comunitaria va más allá de las prácticas de los movimientos populares, aunque su principal razón de ser es estar dentro y representar un canal de comunicación para estos movimientos.

De lo discutido anteriormente, no es difícil comprender las interconexiones entre la praxis de la comunicación popular, comunitaria y alternativa y la construcción de ciudadanía. La comunicación comunitaria participa en los procesos de conciencia-organización-acción de segmentos sociales de las clases subalternas en sus luchas de resistencia y de expresión de reivindicaciones por los derechos humanos (derechos inherentes a la persona) y de ciudadanía⁸ (derechos reconocidos por el Estado) frente a las condiciones de opresión a las que están sometidos.

4. Comunicación popular y relaciones públicas: caminos cruzados

La comunicación de los movimientos sociales populares, asociaciones y comunidades, en general, se trata preponderantemente desde los medios y los canales de comunicación que utilizan en sus procesos de comunicación con los públicos externos o internos. Sin embargo, la comunicación comunitaria, desde su matriz en lo popular, no se limita a los medios, ni a los canales mediadores de carácter tecnológico, como ya se mencionó, sino que estos son importantes porque constituyen la parte más visible y con mayor potencial de alcance. La comunicación cara a cara, interpersonal, grupal, interinstitucional y pública –mediada o no por tecnologías– también es parte de las prácticas comunicativas, al igual que las relaciones entre las organizaciones comunitarias y los movimientos sociales y sus públicos.

En definitiva, y dependiendo de cada contexto, las distintas especialidades del campo de la comunicación son partícipes de la praxis social popular, desde el periodismo comunitario o alternativo hasta la radio y la televisión comunitarias, desde la publicidad social hasta el

⁸ Sobre los conceptos de ciudadanía, ver Marshall (1963), Vieira (2000) y Peruzzo (2005, 2013a).

cine alternativo, desde la edición hasta las relaciones públicas populares. Sin embargo, no se encuentran en este ámbito como una mera reproducción de técnicas y conceptos, sino con las adecuadas reelaboraciones y reencuadres que se distancian de las lógicas empresariales y comerciales de producción de contenidos, especialmente las de los circuitos de la empresa privada y la industria cultural.

En lo que respecta a las relaciones públicas, entran en juego nuevos horizontes teóricos y nuevas perspectivas de actuación profesional, tanto en lo que se refiere al mercado laboral formal e informal como al trabajo voluntario. Los signos de este cambio se pueden ver en diferentes aspectos, que involucran a las relaciones públicas comunitarias, pero también a la comunicación comunitaria: a) laborar en el tercer sector debido a su crecimiento, que abrió nuevas posibilidades para el ejercicio profesional; b) actualizar el campo de las relaciones públicas, ya que antes era común que se le tratase con cierto prejuicio dentro de las propias universidades, porque su actuación se clasificaba como al servicio del capital; c) el interés por nuevos objetos de investigación académica, lo que motivó la apertura de líneas de investigación en programas de posgrado en las universidades, y d) el surgimiento de espacios específicos en congresos y asociaciones científicas en el área de la comunicación con la creación de grupos de trabajo abiertos a la comunicación popular y alternativa y a esta nueva perspectiva de las relaciones públicas.

A pesar de toda la tradición y el predominio de conceptos y discursos que toman a las relaciones públicas como una actividad dirigida tanto a las empresas en el competitivo mercado capitalista como a los gobiernos, una nueva posibilidad para las relaciones públicas está en marcha en Brasil y, posiblemente, también en otros países. Se trata de su apropiación en el universo del tercer sector, más específicamente por el segmento de las organizaciones sin fines de lucro y de los movimientos sociales populares, cuando las relaciones públicas pasan a contribuir con ellos en su labor movilizadora buscando ampliar la conquista de los derechos ciudadanos a favor del desarrollo humano y ya no se limitan a los intereses del capital y los gobiernos.

Esta perspectiva se abre con más claridad e intentos de sistematización teórica a partir de 1980 en Brasil, cuando se realiza un primer panel “Relaciones Públicas: Cómo servir a los intereses populares”, durante el IX Congreso de la Unión Cristiana Brasileña de Comunicación Social, en *São Bernardo do Campo*, en *São Paulo*. Ese panel fue organizado por la autora, a partir de una provocación del visionario profesor José Marques de Melo (*in memoriam*)

y también contó con la participación de José J. Queiroz, Margarida M.K. Kunsch y Anízio Batista de Oliveira. En ese panel, José J. Queiroz (citado en Peruzzo [1982] 2016, 127), afirmó: «también para las “relaciones públicas” –el técnico y las técnicas– puede ser la “hora de la liberación”. Pueden sacudir el juego de la ideología que los domina, cambiando su perspectiva y lugar. De servir al opresor, pueden pasar a colaborar con el oprimido y, junto a él, liberar la sociedad». Continuó diciendo que las relaciones públicas en ese universo pueden ayudar contribuir con los movimientos para mejorar su imagen, colaborar para que sus programas y objetivos sean aceptables al mostrar cómo dichos programas satisfacen las aspiraciones públicas, apoyar el buen flujo de las comunicaciones dentro de los movimientos, predecir posibles reacciones de los públicos frente a los movimientos reivindicativos de las clases subalternas y asistir a los movimientos populares a comunicarse, unos a otros, sus propósitos y realizaciones; además, «cuando corresponda, ayudarlos a patentar esos propósitos al otro polo» (Queiroz, citado en Peruzzo [1982] 2016, 128).

Mirando hoy lo dicho y escrito a principios de la década de 1980, veo mucha claridad y espíritu visionario del entonces profesor de la Pontificia Universidad Católica de São Paulo (PUC-SP), José J. Queiroz, incluso aunque no era del área de las relaciones públicas, pero cuya propuesta –aún vigente– ayudó a esbozar algunos de los estudios y prácticas que siguieron. Si bien esta cita del autor no ha sido reproducida abundantemente en la literatura del campo de las RRPP, que prefirió una línea más «integrada», donde se enfatiza acríticamente en las prácticas de responsabilidad social. Sin embargo, la sensación de extrañeza causada en el ámbito académico con la publicación del libro *Relaciones Públicas en el modo de producción capitalista* (Peruzzo [1982] 2016) no inhibió el desarrollo de las relaciones públicas populares, al contrario. Según Waldemar L. Kunsch (2007, 111), las relaciones públicas pasaron

efectivamente para una transformación en este campo, tanto en la teoría como en la práctica. Los individuos se volvieron más conscientes de sus derechos y deberes en el proceso de construcción de una sociedad justa. Y las organizaciones, a su vez, comenzaron a sentirse alentadas a jugar nuevos roles en la construcción de ciudadanía, preocupándose cada vez más por los programas sociales⁹.

⁹ Sobre la historia de este proceso de fortalecimiento de las relaciones públicas comunitarias, recomiendo los textos de Waldemar L. Kunsch (2007) y Margarida M.K. Kunsch (2007).

Margarida M.K.Kunsch (2007, 166-167), confirma que

fue a principios de la década de 1980 que las relaciones públicas comenzaron a ser discutidas desde una nueva perspectiva, propugnando su uso también al servicio de los intereses populares y comunitarios. Esto fue gracias al avance que ya había logrado la comunicación alternativa, como resultado de los esfuerzos emprendidos por defensores de las libertades democráticas [...]. Paulatinamente, el abordaje de esta temática pasó a ser objeto de proyectos desarrollados por «agencias experimentales», formadas por estudiantes del último año de carreras universitarias del área; tesis de estudiantes de pregrado y posgrado *lato sensu*; así como tesis de maestría¹⁰ y tesis doctorales a nivel de posgrado *stricto sensu*¹¹.

Este movimiento académico estuvo precedido por una fase de considerable efervescencia social, en el contexto de las luchas de los movimientos populares y otras organizaciones de la sociedad civil, por la (re)democratización de Brasil desde el período de caída de la dictadura militar (1964-1985). Es un momento en que el tema de las relaciones públicas, tanto desde una perspectiva crítica como aquella centrada en los intereses populares, comenzó a formar parte del debate académico en seminarios, congresos y en las carreras regulares de las licenciaturas (grado), y, principalmente, a través de conferencias y de publicaciones (libros, artículos y capítulos de libros), aunque no predominantemente, pues la literatura principal de la formación en relaciones públicas sigue siendo aquella identificada con la perspectiva tradicional.

En las prácticas sociales, las relaciones públicas populares fueron tomando su lugar en el universo de la sociedad civil entrelazadas con la comunicación popular, comunitaria y alternativa, aunque no siempre se destaquen en el conjunto de actividades de las organizaciones sin fines de lucro y los movimientos sociales populares, pues tienden a configurarse como algo casi intrínseco a su hacer cotidiano, salvo los movimientos y organizaciones más grandes, los cuales acostumbran asumir la profesionalización de la comunicación como parte de sus estrategias. Incluso en este contexto, el énfasis suele estar en el periodismo, ya que se priorizan las relaciones con la prensa y la producción de contenidos informativos. Sin embargo, las relaciones públicas permean el día a día de las organizaciones populares, a través de la

¹⁰ La tesis de maestría pionera, defendida en 1981 en la *Universidade Metodista de São Paulo*, luego publicada como libro, es la siguiente: Peruzzo, Cílicia M.K. 1982. *Relações públicas no modo de produção capitalista*. 1.ed. São Paulo: Summus. Actualmente en la 5ª edición.

¹¹ La colección "*Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora*" organizada por Margarida M.K. Kunsch y Waldemar L. Kunsch, publicada por Summus en 2007, contiene una buena muestra de avances de investigación en esta subárea de las relaciones públicas.

actuación de las personas involucradas –sean ellas líderes, integrantes o colaboradoras–. Siempre están interactuando con los públicos, planificando actividades, evaluando, otorgando entrevistas, negociando apoyos y recursos, etc.

Volviendo a las especificidades de las relaciones públicas populares, que se dan en el ámbito de los movimientos sociales populares y de las organizaciones civiles sin fines de lucro del tercer sector, es necesario resaltar que experimentan un cambio en los parámetros tradicionales de sus fundamentos teóricos, que requieren nuevas elaboraciones conceptuales. He dicho (Peruzzo [1982] 1989; 2013b; 2016) que no basta trasladar conceptos y prácticas convencionales de relaciones públicas al contexto de los movimientos populares, porque cambian los presupuestos teórico-epistemológicos, los objetivos y los modos de funcionamiento.

En este aspecto, las relaciones públicas cambian su perfil, ya que se posicionan en sentido contrario a su concepción tradicional. En lugar de alinearse con los mecanismos del mercado para persuadir opiniones y provocar actitudes en beneficio del capital, se enmarcan en procesos de movilización y organización popular, de carácter civil, no empresarial y no gubernamental, con el objetivo de contribuir con el posicionamiento y las relaciones de las organizaciones sin fines de lucro con sus públicos y la sociedad, en el marco de todo un proceso de cambio en beneficio de ampliar el ejercicio de la ciudadanía, como se discute a lo largo de este texto.

Sin embargo, esta posición no desconoce el potencial de las relaciones públicas vinculadas a empresas y gobiernos para colaborar –directa o indirectamente– en programas de intervención social en la sociedad civil destinados a superar –o al menos minimizar– problemas económicos y sociales en un escenario de desigualdades, pobreza, violación de los derechos humanos y destrucción del medio ambiente, como la brasileña y, en no pocos casos, la latinoamericana. Por el contrario, es posible que el espíritu de las relaciones públicas populares forme parte de políticas honestas de responsabilidad social empresarial, comprometidas con el interés público.

En definitiva, la vertiente de relaciones públicas populares tiene lugar tanto en el seno de los movimientos populares y de las organizaciones sin fines de lucro del tercer sector como, indirectamente, en los programas de las organizaciones públicas y privadas comprometidos con los cambios necesarios a favor de la promoción de la ciudadanía y de cumplir con las obligaciones cívicas. En tal sentido, es importante tanto el compromiso emancipatorio de las personas y los movimientos populares, así como de las organizaciones privadas y los gobiernos con causas de interés público, como la emancipación de los grupos sociales vulnerables y la salvación del medio ambiente y del planeta tierra.

Cuando las relaciones públicas se realizan desde dentro, es decir, teniendo a las propias organizaciones del tercer sector como protagonistas, estas se materializan entrelazadas con la praxis de una serie de actores de la sociedad civil, como organizaciones no gubernamentales, colectivos populares, sindicatos de trabajadores, asociaciones comunitarias, cooperativas, movimientos populares, federaciones, pastorales de la Iglesia católica, sectores de iglesias evangélicas tradicionales, comunidades eclesiósticas de base, institutos, fundaciones, sociedades de asistencia y tantas otras organizaciones civiles que trabajan para cambiar la realidad desigual y construir mecanismos de promoción social y un nuevo tipo de desarrollo.

Cada una de estas organizaciones, como las mencionadas anteriormente, contribuye a su manera con la meta de cumplir con las demandas de la sociedad para la solución de los problemas que aquejan a segmentos de la población, en la formación de mentalidades capaces de desarrollar conocimientos y liderazgos populares, en la defensa de los derechos humanos y el ejercicio de la ciudadanía, con todo su significado político-cultural, según las distintas generaciones de derechos que componen los conceptos de ciudadanía.

El clamor por la justicia, el respeto por el medio ambiente y la dignidad humana siempre ha estado presente en la historia de los pueblos, como lo muestra la historia de la ciudadanía (Pinsky y Pinsk 2003). Un signo fehaciente de estas luchas es la existencia del Foro Social Mundial (FSM), cuya primera edición fue en 2001, en *Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil*, y que, además de acompañar foros mundiales, germinó en la creación de foros temáticos y regionales; foros que han reunido a miles de organizaciones de todo el mundo mostrando sus iniciativas transformadoras, intercambiando conocimientos y diciendo que «Otro mundo es posible».

Este clamor también es expresado en todos los rincones de Brasil por miles de organizaciones de base, movimientos populares, ONG, colectivos, asociaciones comunitarias, sociedades, institutos, etc., que marcan la diferencia en la vida de niños, niñas, adolescentes y jóvenes, mujeres, población campesina, comunidades, afrodescendientes, personas LGBTQIA+¹² y otros colectivos, a través de avances en la consecución del respeto a sus derechos. Además, se ha inmiscuido en el discurso político-ideológico de los medios, tanto a través del uso de sus propios canales como de la conquista de espacios en los grandes medios de comunicación.

¹² Lesbianas, gays, bisexuales, transgénero, travestis, transexuales, queers, intersexuales, asexuales y otras orientaciones sexuales, identidades y expresiones de género.

Este grito de cambio se traduce en luchas para reducir la pobreza y las desigualdades, acabar con las diversas formas de violencia, promover una cultura de paz, de respeto a la diversidad étnica y cultural, de respeto a las diferencias personales y de género, por igualdad en la distribución de los derechos de ciudadanía, derechos de la niñez y la adolescencia, medio ambiente, ecología y sostenibilidad, entre muchas otras luchas.

A nivel de principios, a grandes rasgos, las relaciones públicas populares exigen, en primer lugar, una nueva posición epistemológica, de inconformidad con las situaciones de opresión, negación de derechos, desigualdad social y todas las demás formas de violación de los derechos de ciudadanía reflejadas en las diversas formas de violencia, pobreza, corrupción, condiciones indignas de trabajo y remuneración, falta de ética a favor de la colectividad, etc. En segundo lugar, suponen la incorporación de nuevas posturas y procedimientos metodológicos coherentes con propuestas de cambio a favor de un desarrollo que tenga como fin primordial a las personas y la vida sana del planeta.

Estos procedimientos y posturas se refieren a la valorización de la participación activa de las personas, al trabajo realizado desde y con los movimientos populares y las organizaciones comunitarias -no de arriba hacia abajo, sino con, por y para ellos, con especial valorización del saber popular y el intercambio de saberes técnicos y especializados, el respeto por la dinámica interna de los actores colectivos, y la humildad para facilitar el protagonismo de los actores colectivos y no solo de las y los profesionales de la comunicación en general y relacionistas públicos en particular.

En este entorno, las relaciones públicas populares pueden contribuir no solo a la planificación, el diagnóstico, la *comunicación institucional* y la relación con los públicos, sino también a la *comunicación movilizadora* (Peruzzo 2015). La *comunicación institucional*, que permea diferentes formatos y tecnologías, se encarga de la comunicación, especialmente con los públicos externos, ocupándose de la difusión de las reivindicaciones ante los reclamos, la visibilidad pública, la reputación, la circulación de la información y las aclaraciones desde el punto de vista de las organizaciones de ciudadanos, sobre sus logros, su visión del mundo y la defensa de las causas sociales. La *comunicación movilizadora*, en cambio, es la que se da en la relación de la organización o movimiento popular con sus públicos beneficiarios (sujetos de la acción de la organización), es decir, cuando se aplican instrumentos y técnicas (materiales didáctico-pedagógicos) que facilitan la dinámica grupal, entrelazadas con las actividades desarrolladas. Básicamente, son «relaciones públicas internas», cuyas prácticas se extienden a otras áreas de la comunicación y la educación.

5. Consideraciones finales

Los límites del espacio impiden que los temas se aborden con la profundidad ideal de un enfoque más completo. Aquí, se presentan algunos apuntes con la esperanza de que puedan sumar al debate, a las prácticas de relaciones públicas populares –que no siempre son realizadas única o exclusivamente por profesionales con formación en carreras de comunicación y relaciones públicas–, y a incentivar el avance de la investigación sobre las relaciones públicas populares y comunitarias que se dan en el universo del tercer sector.

Al principio de todo este debate sobre las «relaciones públicas a contramano»¹³, en la década de 1980, esas ideas llegaron a ser refutadas, aparentemente, porque se consideraba que habría un altruismo intrínseco en las relaciones públicas, por tanto, bastaría con que fueran aplicadas satisfactoriamente para alcanzar el ideal en cuanto a profesión. Justifico mi posición porque no se puede desconocer que los intereses empresariales siempre priorizan los del capital, que son su reproducción y ganancias permanentes. En otras palabras, la oposición (relaciones públicas en sentido contrario) ayuda a explicar la necesidad de un nuevo proceso que considere que las prácticas profesionales de las relaciones públicas, así como el periodismo o la publicidad, no están por encima de las instituciones a las que se vinculan, ni son independientes de las visiones que las orientan, ni de la posición epistémica que se tiene en relación con el mundo.

En la actualidad, tanto las propuestas de comunicación popular, comunitaria y alternativa como las relaciones públicas populares ya están consolidadas en la sociedad brasileña, aunque la búsqueda de mejoras y actualizaciones conceptuales y prácticas sociales son constantes. Estas, al insertarse en la praxis social movilizadora, aunque llenas de especificidades, tienen interfaces indivisibles al poner saberes especializados a disposición y en favor del ejercicio de la ciudadanía de los actores colectivos cívicos movilizados para contribuir a la transformación de la sociedad.

¹³ Véase el capítulo con este nombre en Peruzzo ([1982] 2016). Alusión provocativa a la noción conceptual tradicional de que las relaciones públicas son una «calle de doble vía».

Referências bibliográficas

- Bauman, Zygmunt. 2003. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Berti, Orlando M. de Carvalho. 2013. «Processos Comunicacionais nas rádios comunitárias do Sertão Nordestino na internet». Tese de doutorado. Universidade Metodista de São Paulo.
- Buber, Martin. (1987). *Sobre comunidade*. São Paulo: Perspectiva.
- Goldsmith, Marshall. 1999. «Comunicações globales y comunidades de elección». En *La comunidad del futuro*, organizado por Frances Hesselbein, Marshall Goldsmith, Richard Beckhard y Richard F. Schubert, 131-146. Buenos Aires, Barcelona, México: Fundación Drucker/Granica.
- Kaplún, Mário. 1985. *El comunicador popular*. Quito: CIESPAL.
- Kunsch, Margarida M.K. 2007. «Dimensões e perspectivas das relações públicas comunitárias». En *Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora*, organizado por Margarida M.K. Kunsch y Waldemar L. Kunsch, 165-180. São Paulo: Summus.
- Kunsch, Waldemar L. 2007. «Resgate histórico das relações públicas comunitárias no Brasil». En *Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora*, organizado por Margarida M.K. Kunsch y Waldemar L. Kunsch, 107-123. São Paulo: Summus.
- Marshall, T. H. 1963. *Cidadania, classe social e status*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Peruzzo, Cicilia M.K. (1982) 2016. *Relações públicas no modo de produção capitalista*. 5.ed. São Paulo: Summus.
- 1989. «Relações públicas nos movimentos populares». *Intercom: Revista Brasileira de*

Ciências da Comunicação 15, n.º 60, 107-112. <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/1374>

- 2002. «Comunidade em tempo de redes». En *¿Comunicación y movimientos populares: Cuales redes? Comunicação e movimentos sociais: quais redes?*, organizado por Cicilia M.K Peruzzo, D Cogo y G Kaplún, 275-298. São Leopoldo: UNISINOS.
- 2005. «Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania». *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, n.º 3: 18-41. Acesso em: 30 de mar de 2020. <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/280>
- 2009. «Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço». *Revista Galáxia*, n.º 17: 131-146. Acesso em 20 de mar de 2020. <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2108>.
- 2013a. «Comunicação nos movimentos sociais: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos». *Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura* 11, n.º1: 138-158. Acesso em 15 de mar de 2020. <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6980>
- 2013b. «Fundamentos teóricos das relações públicas e da comunicação organizacional no terceiro setor: perspectiva alternativa». *Revista Famecos*, n.º 20: 89-107. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495551013006>
- 2015. «Representações dos movimentos populares na mídia e como eles se representam: visibilidade pública e perspectivas cívicas». *Conexão – Comunicação e Cultura* 14: n.º 28: 31-49. Acesso em de 05 abr de 2020. <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/3874>.

Pinsk, Jaime y Carla B Pinsk (org). 2003. *História da cidadania*. São Paulo: Contexto.

Tönnies, Ferdinand. ([1935]1995). «Livro I- Determinação geral dos conceitos principais. Livro II -A teoria das vontades. Livro III -Fundamentos sociológicos do direito natural». En *Para ler Ferdinand Tönnies*, editado por Orlando Miranda, 229-342. São Paulo: Edusp.

Vieira, L. 2000. *Cidadania e globalização*. 4.ed. Rio de Janeiro:Record



Metodología de la resistencia:

perspectivas conceptuales para la
construcción de ciudadanía
comunicativa

Thays Helena Silva Teixeira

1. Introducción

El colectivo de resistencia por el derecho a la vivienda y a la ciudad, Lagoas do Norte, para quem?¹⁴, es uno de esos ejemplos de organizaciones populares que asumen los conceptos de ciudadanía y sus procesos como mecanismos para garantizar la libertad y la justicia social.

El colectivo es un comité de movilización permanente de las comunidades involucradas en el Programa Lagoas do Norte (en adelante PLN) anunciado en 2001 por la Municipalidad de Teresina. El Programa Lagoas do Norte es definido por las entidades de gestión pública como una acción para la revitalización, la reestructuración ambiental y la contención de inundaciones. Según datos del Marco de Reasentamiento Involuntario (Teresina 2007), la primera fase del programa alcanzó 1 588 edificios. Para la segunda fase, el indicio es que al menos 1 739 se verán directamente afectados. El PLN cubre 13 barrios de los 25 que componen la Zona Norte de la capital de Piauí.

Las comunidades afectadas por el PLN resisten y construyen modos ciudadanos, operativos y comunicativos que expresan disconformidad entre lo que se está implementando desde la gestión pública y sus derechos. La principal demanda del colectivo de resistencia es que las personas habitantes de la región no sufran expropiaciones involuntarias y pierdan sus tierras, casas, modos de vida, de habitar la ciudad, prácticas sociales y culturales.

En 2014, la organización popular Lagoas do Norte, para quem? se fortaleció como organización social, estableciendo vínculos de saberes y prácticas populares con las producidas en los ambientes formales, universitarios y religiosos. Estos movimientos asociativos entre comunidades y personas –docentes, estudiantes, religiosas e investigadoras– aportaron diversidad en las prácticas de constitución de ciudadanía y de articulación de saberes formales y no formales. La organización de redes colaborativas que integran saberes académicos y populares es parte de la comprensión de ciudadanía que adoptamos en la construcción de este capítulo.

Por lo tanto, este capítulo tiene como fuente de referencia para su construcción metodológica, saberes sociales de resistencia que se establecen a partir de esta agrupación

¹⁴ Lagoas del Norte, ¿para quién? es un colectivo articulado con la Asociación Centro de Defensa de los Derechos Sociales Ferreira de Sousa, ubicado en la Avenida Boa Esperança, en la Zona Norte de la ciudad de Teresina, capital de Piauí en Brasil.

social, pero que también pueden ser comprendidos y percibidos en otros movimientos sociales (véase recuadro).

En México, en 2019 como parte del trabajo de Redes por la Diversidad, Equidad y Sustentabilidad A.C. (<https://www.redesac.org.mx>), que entre otras cosas se dedica a facilitar «procesos de desarrollo comunitario con sentido integral, acompañando a comunidades u organizaciones en su camino de búsqueda de alternativas para su desarrollo, en la planeación de su vida y sueños colectivos, así como en el trabajo conjunto para hacerlos realidad. Nos basamos en los principios de respeto, libre determinación y construcción colectiva del conocimiento. Nuestros aportes se han centrado en impulsar y/o fortalecer la organización comunitaria, acercar información y contactos, orientar los procesos de formación y capacitación para el empoderamiento y desarrollo de habilidades y capacidades colectivas, así como promover el enlace con redes de organizaciones que les permitan intercambiar experiencias y caminar junto a otras comunidades organizadas», en ese marco se produjo la *Guía para el diseño de estrategias de comunicación para la defensa del territorio*
Disponible en:
https://www.redesac.org.mx/_files/ugd/68af39_fb8d8b05ed4845a397dac8bd8d693bd1.pdf

En el caso del ejercicio de la ciudadanía brasileña, entendido mayoritariamente como excluyente y desigual, es una categoría analítica que dice mucho sobre la formación social e histórica del país, que refuerza la perspectiva de estar atravesada por varias características (localidad, espacio, renta, religión, acceso a salud, educación, cultura y esparcimiento) y tener en las nociones de Estado nacional y en la cultura –en su sentido antropológico– fuerte apego. Los cambios en el significado del concepto de ciudadanía se dan por múltiples razones, tanto por una mayor o menor apertura de la condición ciudadana a la población «como por los niveles de participación política de los diversos grupos que forman la sociedad y los derechos sociales adquiridos, a la protección social que ofrecen los Estados a quienes la necesitan» (Pinsky 2015, 9).

Para comprender los procesos metodológicos que construyen la ciudadanía comunicativa en las agrupaciones y movimientos de resistencia, tomamos como referencia la perspectiva brasileña que, como se indicó, afirma que nuestras sociedades son excluyentes y desiguales, por lo tanto, exigen posicionamientos políticos desde las minorías, para que sus voces lleguen a sectores donde el acceso les es negado.

Directamente, nuestra intencionalidad es diseñar una racionalidad teórico-metodológica para la ciudadanía comunicativa que alcance los procesos comunicativos y mediáticos tanto en el ámbito académico como en el ejercicio de las prácticas sociales de las personas, teniendo como referencia la interfaz comunicación y ciudadanía y el movimiento de resistencia Lagoas do Norte, para quem?¹⁵. De esta forma, se busca comprender qué articulaciones metodológicas de resistencia establecen las personas para la construcción y ejercicio de la ciudadanía comunicativa. Las percepciones construidas parten de los dispositivos comunicacionales que utilizan las personas participantes de Lagoas do Norte, para quem? para construir la resistencia y la visibilización necesarias para defender y ejercer sus derechos a la vivienda y a la ciudad.

La tesis doctoral de la que deriva este capítulo siguió un camino cuyo objetivo fue comprender mejor los mecanismos de la ciudadanía en interfaz con la comunicación, reforzando el marco de referencia de un concepto específico, la ciudadanía comunicativa. Aquí se destaca el concepto a partir de las aproximaciones realizadas por Camacho Azurduy (2001, 2005), Maldonado (2008, 2011, 2012, 2015) y Mata (2005; 2006), además de una propuesta propia. A partir de ahora, presento nuestra metodología de resistencia para la ciudadanía comunicativa. Es una perspectiva metodológica que parte de las prácticas sociales y la constitución de los caminos que utilizan las personas para la toma de conciencia, la praxis ciudadana y la visibilización a través de los dispositivos comunicacionales y se consolida en dimensiones teóricas, es decir articula la elaboración científica y lo real concreto como construcción social.

Esta estrategia metodológica se centra en las personas y sus prácticas sociales comunicativas, lo concreto como objeto de referencia y la racionalidad del pensamiento científico. La metodología de la resistencia aquí presentada considera a las personas como actoras de la investigación científica y no solo como objetos o elementos de observación.

La metodología de la resistencia es una metáfora del cuerpo (cabeza, rostro, tronco, piernas y brazos), donde cada parte se denomina figura metodológica y atañe a las dimensiones teórico-epistemológicas que encontramos en las estrategias comunicativas de resistencia, observadas en Lagoas do Norte, para quem?

Antes de entrar en las discusiones que proponemos, son necesarias algunas justificaciones. La ciudadanía comunicativa como abordaje teórico-metodológico para el análisis

¹⁵ Este capítulo es resultado de la tesis de doctorado defendida en febrero de 2019 en la Universidad Federal de Río Grande del Norte (Brasil), bajo título original en portugués: Metodologia da resistência: perspectivas para uma racionalidade da práxis em cidadania comunicativa. Disponible en: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/27083>

de los sujetos en relación con los medios y dispositivos comunicacionales en los contextos locales, busca promover el respeto y valoración de la discusión sobre las prácticas sociales y las producciones de sentido en las diversas circunstancias de los fenómenos comunicativos. Esto destaca las múltiples dimensiones de la usabilidad mediática y los formatos en la construcción de entornos mediático-comunicativos (Lacerda 2017), que legitiman la interacción en los contextos regionales, sus apropiaciones y la autoconstrucción de la ciudadanía comunicativa.

Para los estudios comunicacionales, presentamos el potencial de generar nuevas aperturas epistemológicas para la comprensión de los fenómenos de la comunicación. Los matices y reformulaciones de las culturas locales mediadas por dispositivos comunicativos imponen demandas distintas con relación a las de carácter hegemónico, así como sus lenguajes, que constituyen parte de las dimensiones del poder simbólico de las comunidades: revelando, articulando y desarticulando fenómenos de comunicación. Así, llamamos la atención sobre el papel social que juega la ciudadanía comunicativa, sus sujetos y el fortalecimiento de las prácticas ciudadanas y comunicativas en el ámbito regional, especialmente en espacios de resistencia social.

2. El concepto de ciudadanía comunicativa

Para comprender el orden metodológico que abordamos, es fundamental un paneo por el concepto de ciudadanía comunicativa. Distintas cuestiones conceptuales y empíricas intentan dilucidar la articulación entre comunicación y ciudadanía, considerando la capacidad de moldear prácticas mediáticas en alusión a la forma en que los individuos nos comprendemos como sujetos de comunicación y preguntando en qué medida esta modelación interfiere en la forma en que uno se comprende a sí mismo. Visualizarlo como un ejercicio del derecho y que, para eso, es necesario tener derechos.

En muchos sentidos, los medios de comunicación tradicionales (industriales) caen en un poder reductor de la vida y la cultura. Son conglomerados mediáticos que no tienen preocupaciones sobre las demandas comunicacionales de la ciudadanía que no articulan los contenidos que producen, para posibilitar la praxis ciudadana. No existe, por tanto, casi ninguna colaboración de esta industria de bienes culturales con la promoción de los derechos y el acceso a la comunicación. El colectivo Lagoas do Norte, para quem? resiste a estos medios de comunicación que se establecen hegemónicamente y que no garantizan el acceso

a determinados sujetos y sus demandas. Esta no siempre es la actitud de los grandes medios de comunicación y, por ello, los procesos de investigación científica deben tomar este ámbito proponiendo estrategias que vayan más allá de las lógicas hegemónicas tan recurrentes en esta fase histórica de la reconfiguración capitalista. Es necesario comprender que la ciudadanía comunicativa permea «flujos internos, cambios tecnoculturales, reconfiguraciones del poder político y reestructuraciones de modelos de sociedad» (Maldonado 2012, 23).

Refutar formatos, modelos, géneros, estrategias y costumbres es una lógica a la que tiende la ciudadanía comunicativa, en la cual la descentralización del poder mediático y su producción son escenarios posibles. “La ciudadanía comunicativa es la conciencia y el ejercicio de los derechos a la información y la comunicación legalmente consagrados y la búsqueda de su ampliación” (Mata 2005, 1). Así, desde esta comprensión de ciudadanía capaz de deconstruir, de no restringir «las posibilidades de libre circulación y producción de la múltiple cultura simbólica creada por etnias, regiones, clases sociales, grupos artísticos, redes productivas, sectores, centros alternativos, pequeños y medianos empresarios y sectores populares» (Maldonado 2012, 26). En el colectivo Lagoas do Norte, para quem?, las estrategias comunicativas intentan refutar estos formatos y producir una comunicación alternativa, que se consolida en las voces de las personas, en sus demandas de visibilidad, pertenencia y derecho a la ciudad.

La ciudadanía comunicativa es la relación comunicacional entre los sujetos sociales y los medios, que genera autonomía y desarrollo de condiciones de vida, tal como la caracteriza Camacho Azurduy (2005), y que se sustenta en dos dimensiones. En la primera, los sujetos ejercen la ciudadanía en los medios (agendan los medios con sus prácticas) y en la segunda, aprenden a ser personas ciudadanas en la relación que mantienen con los medios (los productos comunicacionales ejercen funciones de formación). Estas dimensiones, si bien pueden apreciarse en la realidad en alguna medida, chocan con la incapacidad de la ciudadanía para controlar directamente estos medios tradicionales de comunicación.

Camacho Azurduy (2005) reconoce que esta conexión se construye de manera desigual, porque los medios (hegemónicos) tienen una serie de condiciones para la producción de sentidos a las que no siempre tienen acceso la ciudadanía. «No significa, en modo alguno, sometimiento al sistema mediático existente» (Camacho Azurduy 2005, 30), sino que, por el contrario, puede existir una apropiación conflictiva y competitiva, en la que estarán presentes elementos como la racionalidad, la emoción, el deseo y el engaño.

Entendemos que este proceso de intersección entre los sujetos comunicantes y los medios masivos y hegemónicos se basa en el debate público y se fundamenta en los intereses de cada sector, y, sin la ilusión de que esta relación es justa, sino marcada por reclamos ciudadanos recurrentes, porque ciertamente la idea de participación y decisión como predicen los medios es ficticia. «La ciudadanía comunicativa debe incorporar elementos conceptuales de las culturas populares subalternas, tanto en las concepciones de poder como en la diversidad cultural» (Maldonado 2012, 28). Es un ámbito ideológico contrahegemónico que busca formular diferentes medios y dispositivos de comunicación.

Esto significa repensar los procesos de comunicación que se desarrollan. La ciudadanía comunicativa es ese movimiento comunicacional que refleja las condiciones de los sujetos frente a los sistemas mediáticos y que se autoafirma como un movimiento de resistencia frente a dichos modelos tradicionales de hacer y consumir comunicación e información. Observando las prácticas de ciudadanía comunicativa del colectivo Lagoas do Norte, para quem? percibimos el proceso de autoconstrucción de esta categoría (ciudadanía comunicativa), señalando que no se trata de un camino único e institucional, sino de un proceso también resultante de las acciones de los sujetos en sus contextos sociales.

Es desde la lógica de la comunicación que la ciudadanía se va estructurando en tiempos de procesos digitales de articulación de la sociedad. La complejidad del concepto reitera que aún queda un largo camino por recorrer antes de que exista una concepción única de lo que es la ciudadanía comunicativa, tal vez este intento sea incluso una tontería. Esta multiplicidad de entendimientos refuerza la complejidad de las prácticas sociales y los medios. Así, es interesante que seamos conscientes de que la ciudadanía comunicativa no puede reproducirse de manera simplificada, porque es una noción densa que prevalece en la formación del sujeto y en la articulación de su toma de decisiones, conciencia y acción.

3. Racionalidad metodológica¹⁶ desde la ciudadanía comunicativa

La metodología de resistencia que propongo es resultado de la articulación de conceptos de ciudadanía comunicativa con la observación, el estudio de caso y la revisión teórico-sistemática de investigaciones. Esta articulación comprende que la ciencia y sus métodos necesitan llegar a las personas y que estas pueden tener espacio no solo como observables, sino que son parte del proceso de comprensión y producción de conocimiento, porque en realidad es lo que son. Entonces, la metodología que proponemos nace de entender las estrategias comunicativas de resistencia que suceden todos los días en las calles, avenidas y callejones de la región afectada por el Programa Lagoas do Norte, pero que también acontecen en otros movimientos de resistencia.

Surge a partir de una perspectiva de ciudadanía científica (Maldonado 2011) que no se apoya en el conservadurismo académico, sino, por el contrario, que cree en la acción liberadora y autónoma de las personas. Esto no significa ausencia de ética, de método o de responsabilidad científica, sino un compromiso con caminos epistemológicos transformadores y menos soberbios. Desde estas comprensiones de la ciencia como cuna transmetodológica (Maldonado 2012) y desde un espacio de racionalidad forjado en la diversidad social y cultural de los grupos humanos, la metodología de la resistencia articula sus dimensiones teórica, epistemológica, metódica, técnica y sensible.

En la dimensión teórica, los conceptos de ciudadanía y ciudadanía comunicativa son necesarios para que tengamos acceso a los procesos de concientización ciudadana que se presentan en la praxis en los contextos históricos, con todo y sus contradicciones. En la dimensión epistemológica, la metodología de la resistencia cuestiona los procesos tradicionales de comprensión del pensamiento científico, reforzando el papel de las personas en la producción, consumo y distribución del conocimiento formal y no formal.

¹⁶ En este capítulo, el concepto de racionalidad hace alusión a la perspectiva sociológica marxista donde la razón se materializa en lo real, en la praxis. O sea, partimos del vínculo establecido entre ciencia y tecnología, superpuesto en el siglo XX por la relación entre ciencia y tecnología que, conducida por los intereses del capital, transforma los mundos del trabajo y de la vida. Por lo tanto, racionalidad es una lógica de comprensión y organización fundamentada en la razón material de fenómenos sociales humanos. Para comprender distintas perspectivas sociológicas del concepto de racionalidad, recomendamos Araújo y Cinalli (2007) en *Trabalho e mundo da vida: a racionalidade capitalista presente na técnica, ciência e tecnologia*. Disponible en: https://www.uel.br/grupo-estudo/processoscivilizadores/portugues/sites/anais/anais9/artigos/mesa_redonda/art15.pdf

En la dimensión metódica, la transmetodología se convierte en condición existencial, así como la sistematización de las estrategias comunicativas de resistencia y sus complejos procedimientos organizacionales. La dimensión técnica nos presenta las herramientas posibles para acceder a estos mecanismos de toma de conciencia para el ejercicio de la ciudadanía comunicativa, donde se asume como herramienta el acto de resistencia. La técnica es un elemento de los movimientos, que no es rígido, sino múltiple y abierto, inscrito en contextos socioculturales también dinámicos.

En México, la organización Boca de Polen es un ejemplo de esta comunicación y sus técnicas de resistencia:
<https://www.youtube.com/shorts/TEQqvsGV1k0>

Y finalmente, la dimensión de lo sensible, en la que la articulación de la comprensión de los problemas, las personas y sus demandas son factores determinantes para la construcción de prácticas comunicativas de resistencia y los resultados que alcanzan; son parte de lo reivindicado, reelaborado, deconstruido y reconstruido.

3.1 Cuerpo figurativo de la metodología de la resistencia

Las dimensiones que sustentan la metodología de la resistencia presentan un orden lógico, pues expresan una apertura en la comprensión de la ciudadanía comunicativa más allá de una racionalidad cartesiana (bidimensional, perpendicular) y se incrustan en una racionalidad aplicada multidimensional, que logra integrar las facetas de razón y experiencia para comprender los entresijos comunicativos que engendran los movimientos socioculturales que resisten.

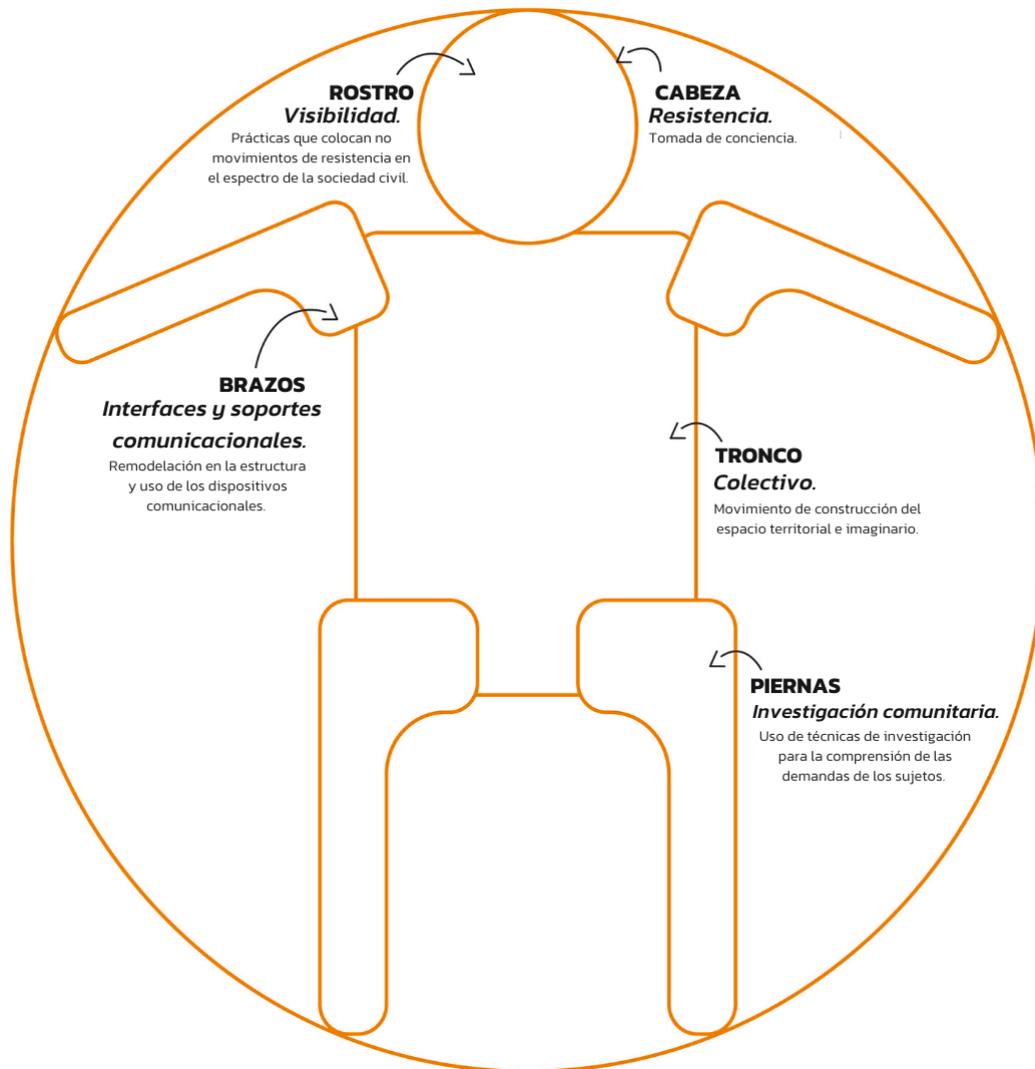
La metodología de la resistencia es como un cuerpo. Esta es la metáfora que pensamos para explicar el proceso metodológico de constitución de la ciudadanía comunicativa en los movimientos de resistencia sociocultural. Una metáfora ontológica, por la que se categoriza un fenómeno de forma peculiar mediante su consideración como una entidad, una sustancia, un recipiente, una persona para llevar una perspectiva abstracta al ámbito concreto.

Las personas resistentes de Lagoas do Norte, para quem? usan sus cuerpos para producir comunicación y esto lo hacen literalmente cuando ocupan espacios, pero también en sentido figurado cuando usan estrategias comunicativas para resistir. Así, la racionalidad aplicada en la metodología de la resistencia utiliza este perfil arquetípico del cuerpo para explicar los procesos del espíritu y la práctica. De esta manera, el cuerpo de la metodología de la resistencia es múltiple, formado por figuras metodológicas que se entienden por separado, pero integradas expresamente por una entidad de razón.

El esquema corpóreo, expresado en un círculo, reitera la noción de figura (sentido figurativo, donde lo real concreto se expresa metafóricamente), al tiempo que concreta las intersecciones que las figuras metodológicas representan en la constitución de la metodología de resistencia para la ciudadanía comunicativa. Significan ciclos continuos en una autoconstrucción de la praxis ciudadana comunicativa, también de manera pictográfica se insertan las multidimensiones que componen la metodología propuesta.

El movimiento circular es figurativo, lo que significa que las acciones de la resistencia son múltiples, sin flujos unilaterales o de arriba hacia abajo. «La proliferación de teorías es beneficiosa para la ciencia, mientras que la uniformidad debilita su poder crítico. La uniformidad, además, amenaza el libre desarrollo del individuo» (Feyerabend 1977, 45). Esta afirmación significa que la multiplicidad es el camino recorrido por la perspectiva metodológica que se va constituyendo, como se muestra en la Figura 1.

Figura 1. Propuesta de la metodología de la resistencia



Fuente: Elaboración propia 2022, con base en Teixeira 2019.

Los flujos de ciudadanía comunicativa de resistencia son críticos y no se alinean con los patrones hegemónicos de producción de visibilidad mediática, están en el orden de la multiplicidad del proceso productivo de la ciencia.

La metáfora de la metodología de la resistencia como cuerpo destaca las representaciones mentales de las organizaciones sociales en los movimientos de resistencia, enfáticamente del colectivo Lagoas do Norte, para quem?, expresando una organización sociocultural que construye significados y prácticas, a partir de las personas, sus movilizaciones y acciones comunicativas. Esto quiere decir que partimos de una noción metafórica que entiende esta figura de pensamiento como capaz de procesar experiencias individuales, sociales y culturales. Comprender la metáfora desde esta perspectiva lingüística proporciona herramientas para entender el lenguaje como una forma de significar el mundo; el lenguaje como acción comunicativa.

El cuerpo de la metodología de la resistencia representa una sistematización de experiencias comunicativas en los movimientos sociales que resisten y se construye a través de significados epistemológicos que intercalan referentes en la producción científica de comunicación y ciudadanía con las formas de organización de los sujetos sociales que producen resistencia. El cuerpo metafórico metodológico es una acción comunicativa que expresa figurativamente los caminos recorridos, los procesos dimensionales de comprensión de la praxis ciudadana y demuestra cómo se articula un sistema social de legitimación de las prácticas sociales comunicativas de resistencia. Este cuerpo metodológico consta de figuras que se intercalan de manera sistemática y que explican por qué es posible pensar la aceptación de lógicas de conocimiento formal y no formal a través de representaciones metafóricas.

Cada una de las figuras metodológicas de resistencia es un elemento de la praxis ciudadana comunicativa, que aporta en la constitución y construcción de los mecanismos de organización de los movimientos sociales en resistencia y, de manera integrada, se legitima a través de la autoconstrucción de la ciudadanía. Las figuras metodológicas de resistencia son elementos con sentido completo en sus parte de acción en los movimientos de resistencia, pero son puntos multidimensionales, multicontextuales y estructurantes del conjunto. Están organizados de manera relacional, sus significados operan juntos, en un circuito.

Las figuras pueden entenderse aisladamente, pueden estar presentes en mayor o menor grado en el movimiento de resistencia, pero es en un sentido integrado que dan cuenta de la sistematización de la metodología de la resistencia. En otras palabras, las figuras explican partes de las prácticas comunicativas de resistencia y, cuando se integran, forman un cuerpo metodológico complejo que sistematiza las experiencias de ciudadanía comunicativa en los movimientos de resistencia, específicamente en el colectivo Lagoas do Norte, para quem?

4. Figuras metodológicas de resistencia

Las figuras metodológicas de resistencia son dimensiones sistematizadas de prácticas comunicativas de resistencia y pretenden expresar las formas de organización de los movimientos sociales para la producción, reconocimiento y fortalecimiento de la ciudadanía comunicativa en ámbitos de la sociedad que se ven afectados por la desigualdad provocada en el sistema hegemónico.

Partimos de la perspectiva de que la metodología de la resistencia y sus figuras actúan con el fin de orientar y construir procesos de investigación científica en diferentes niveles, no solo formales sino a partir de las personas. Como explica Bonin (2012, 44), la dimensión metodológica actúa «como instancia encarnada en acciones, operaciones, experimentos y procedimientos que dan forma al objeto de conocimiento, los cuales se inscriben en lógicas activas en la captura y fabricación reflexiva de ese objeto». De esta forma, entendemos las figuras metodológicas de resistencia.

Este es un preámbulo necesario porque comprendemos que las metodologías no son camisas de fuerza, no son órdenes rígidos, sino formas flexibles de entender la realidad compleja, escapando de un utilitarismo técnico. Esto quiere decir que la metodología de la resistencia busca una ruptura con el sentido común académico, es decir, puede y debe ser manejada por sujetos sociales resistentes, está en un proceso de producción continua (pueden incorporarse otras figuras en los distintos contextos y sujetos que resisten), sobre todo porque las culturas de la comunicación y los medios están en constante proceso de cambio.

Las figuras metodológicas de la resistencia son cinco: resistencia, visibilidad, colectivo, interfaces y soportes comunicacionales e investigación comunitaria. También se sistematizan en conformación metafórica (son las partes del cuerpo) y se organizan para que la ciudadanía comunicativa se articule como una práctica social que cataliza las revoluciones del pensamiento (conciencia), a través de las cuales las personas en resistencia alcanzan el espacio de visibilidad en la esfera mediática.

4.1 Resistencia (cabeza)

La resistencia es un acto político. Es una acción de desafío a un sistema capitalista que reafirma las desigualdades y que ignora la justicia social. Marcar este significado explica por qué la resistencia es un proceso de grupos sociales subalternos, que son diariamente invisibilizados. Esta distribución desigual de derechos y recursos es denunciada por movimientos de resistencia y genera confrontación social que conduce a la perspectiva insurgente de la ciudadanía.

El movimiento Lagoas do Norte, para quem? es un ejemplo de resistencia social, que es resultado de y se enfrenta a estas desigualdades. La expresión «afectados por los Programas de Lagoas do Norte» es una demostración de cómo las desigualdades y la ausencia de derechos efectivos están tan presentes entre las personas que habitan la región impactada por estas políticas públicas. Al ser afectadas por el PLN, estas personas no están amparadas por el derecho a la ciudad ni se respeta su pertenencia a contextos territoriales y culturales específicos. Son retiradas de sus contextos para ser reubicadas en otros espacios, que no se relacionan con la multiplicidad de experiencias y saberes acumulados por ellas a lo largo de su proceso histórico.

Esto hace que la confrontación sea la única forma de hacer valer los derechos de estas personas ciudadanas, que están siendo usurpadas. Por tanto, la organización social, la elaboración de estrategias de movilización, la estructuración de formas de conocimiento, la búsqueda de saberes jurídicos, políticos y comunicacionales aparecen como soportes para que estas personas ciudadanas puedan resistir.

El salir de la dimensión paralizante del conformismo o la resignación es el dispositivo que utiliza la resistencia para llegar a la esfera de la visibilidad. «Ser libre, por tanto, requiere saber detectar lo que humaniza y lo que no, así como aprender a incorporarlo a la vida cotidiana» (Cortina 2005, 185). La libertad es, por tanto, una construcción.

De esta forma, entendemos que la construcción de la libertad del sujeto en condición de subordinación ocurre en resistencia, cuando esta persona ciudadana que vivencia la desigualdad comienza a elaborar y reelaborar en colectivo, sus prácticas y razones para alcanzar los derechos que le son negados. «El ser humano solo adquiere conciencia de sí mismo a través del otro cuando desarrolla una interacción reflexiva, a través del lenguaje –acción comunicativa– y en relación y en la construcción del mundo» (Silva y Piza 2010, 51). Por tanto, la resistencia es ante todo una toma de conciencia personal y colectiva del lugar que estamos ocupando en la sociedad civil y esto no sucede como un acto divino, aislado, solitario.

La toma de conciencia del lugar que se ocupa en el contexto social, el sentido del ejercicio ciudadano generado por el sujeto y el acto solidario de estar en comunidad repercuten en estas acciones de toma de conciencia y operan en la constitución de la persona ciudadana que autoconstruye la ciudadanía no otorgada institucionalmente. La conciencia se percibe en el accionar de los sujetos que efectivamente buscan una sociedad más justa e igualitaria, es decir, es en la producción de la insurgencia social que la ciudadanía expresa su autoconciencia. «La ciudadanía de la praxis (promover movimientos sociales) es la acción que genera la emancipación humana» (Silva y Piza 2010, 55) y que articula los procesos de organización social, sus prácticas y estrategias.

En el colectivo Lagoas do Norte, para quem?, la comprensión de la ciudadanía como una práctica social mediada por la razón, revela las contradicciones y los marcos ideológicos. «Me siento ciudadana porque produzco este enfrentamiento», dice la militante Lúcia Oliveira (2018), con lo cual afirma que es cuando está en la lucha que siente la importancia de resistir para que su familia no pierda el lugar que habita.

Entendemos la resistencia como una figura central en la consolidación de la metodología porque es a través de ella que se establece y organiza la conciencia de las personas. Desconocer el papel histórico que ocupan en la sociedad civil hace que las personas no produzcan el enfrentamiento necesario para la constitución de otras lógicas y órdenes sociales. Después de todo, es imposible resistirse ante algo que el sujeto ni siquiera puede comprender que existe, ni dimensionar sus estructuras operativas. La resistencia es la cabeza de esta racionalidad que sistematiza una metodología para la ciudadanía comunicativa, porque permite la toma de conciencia de los sujetos y la percepción de la ciudadanía en un ámbito participativo, esclarecedor y propositivo.

4.2 Visibilidad (rosto)

La toma de conciencia habilita a las personas para la producción de prácticas sociales colectivas que las ubican en un campo de disputas, al mismo tiempo que las hace presentes, notorias, pues de otro modo no serían vistas. En el Lagoas do Norte, para quem? la discusión sobre cómo crear estrategias de acción comunicativa para generar visibilidad al movimiento de resistencia es recurrente.

Las personas habitantes de la Avenida Boa Esperança de la ciudad de Teresina, Piauí, entienden que sin estos mecanismos no es viable alcanzar determinadas metas y mucho menos mantener la esperanza de poder seguir viviendo en el territorio urbano que siempre les ha pertenecido. El colectivo utiliza estrategias comunicativas de resistencia que consolidan sus prácticas, las insertan en el campo de las disputas políticas y engendran mecanismos de visibilización que de otro modo no serían posibles. ¿Y por qué los movimientos buscan visibilidad? «Es difundir sus posiciones, reclamar, protestar, expresar su propia visión de la realidad y los hechos, ejercer un derecho (a comunicar), participar en el debate político y presionar para que se cumplan sus demandas» (Peruzzo 2015, 42).

El uso de las redes sociales, el compartir, los talleres de capacitación, la comida, el grafiti, el mapeo y las protestas, entre otros, son estrategias que organizan el movimiento de resistencia y que sistematizan experiencias, pero cuyo trasfondo central es visibilizar el problema que enfrentan estas personas, con la remoción de sus casas y terrenos. De esta manera, hay una articulación consciente para que el movimiento se organice en el sentido de construir y ordenar la recurrencia de estas estrategias de resistencia para que su visibilidad sea constante. Cuando participan en eventos universitarios, cuando publican artículos, cuando producen documentales, la intención de estas estrategias es maximizar la visibilidad del movimiento de resistencia.

Pero yo lo hice así, fui a las casas y filmé a las mujeres, ¿entonces qué le tienes que decir al intendente? Entonces, estaban diciendo. Las chicas decían, entonces yo lo ponía, y los videos llegaban a la intendencia y entonces yo veía que les molestaba mucho (Oliveira, entrevista, 14 de mayo de 2018).

La notoriedad de sujetos tradicionalmente invisibilizados genera malestar, por lo que es necesario diseñar mecanismos para que sobresalgan. Mafra (2006, 46) sugiere que «hacer visible un tema es, ante todo, darle existencia. Y esa es una de las condiciones para que se establezca un proceso comunicativo»; es decir, cuando los videos que Lúcia graba con su propio celular circulan por las redes sociales o cuando las protestas se vuelven agenda en los medios tradicionales, inquietan porque afectan la esfera pública mediática, señalando un problema que parecía inexistente para los privilegiados y para el poder público.

De esta manera, activan los mecanismos comunicativos de la sociedad de la que forman parte. Los múltiples medios y herramientas de comunicación se han mostrado fundamentales

y funcionales para promover la visibilidad de los integrantes del tejido social, contribuyendo a la construcción de nuevos significados de visibilidad mediática. Además, la proposición de estrategias comunicativas alternativas corrobora la construcción de significados y prácticas transformadoras que también generan la formación política y ciudadana de los sujetos que resisten.

Esta ruptura del flujo que propone la visibilización de los movimientos de resistencia nos hace comprender las múltiples posibilidades de producción comunicativa en el ámbito de la cultura mediatizada. Ella problematiza y piensa estos órdenes culturales tradicionales y percibe nuevos órdenes comunicativos y políticos que rompen con el silenciamiento de los sujetos que viven en la periferia, en los guetos, culminando en otras condiciones de producción simbólica.

La visibilidad es la metáfora del rostro en la metodología de la resistencia. Es el mecanismo que sensibiliza en la esfera pública, que inserta el movimiento de resistencia Lagoas do Norte, para quem? en el campo mediático y que hace que las estrategias comunicativas impliquen la producción de sentidos y prácticas sociales con quienes resisten. La visibilidad es más que el hecho de ser visto, es la posibilidad de producir dispositivos comunicativos que coloquen en la esfera pública demandas de movimientos sociales que se desconocían o que activamente se ignoraban.

Así, a través de estrategias comunicativas que generan visibilidad, el movimiento de resistencia asume una institucionalidad que de otro modo le sería negada. Construir este espacio mediático alternativo de manera consciente y racional, es el resultado de la intersección con la conciencia de resistir y el lugar que uno ocupa como persona ciudadana en una sociedad desigual y excluyente.

La visibilidad se constituye en movimientos de resistencia en un intento de romper con la lógica capitalista que subordina a los sujetos y los explota. Al hacerse visible, Lagoas do Norte, para quem? se institucionaliza como organización social y se convierte en trinchera frente a la política pública del PLN, tal y como se está aplicando en el territorio de la Avenida Boa Esperança. Por lo tanto, la visibilidad es el rostro del proceso social que constituye la militancia en resistencia. Proyecta en la esfera pública la organización social, las estrategias de acción política, las habilidades comunicativas y de movilización, las reivindicaciones y los sujetos colocados en condición de vulnerabilidad. Como hemos visto, estas estrategias de visibilidad se construyen racionalmente en la práctica cotidiana, en la praxis.

4.3 Colectivo (tronco)

Como hemos indicado, Lagoas do Norte, para quem? es un movimiento de resistencia social que lucha por la permanencia de las personas pobladoras afectadas por el Programa Lagoas do Norte (PLN). Un colectivo estructurado en varias dimensiones que fortalecen relaciones comunicativas para la conformación de un territorio social, cultural e imaginario que exhibe, a través de la resistencia, las demandas ciudadanas, el derecho a la ciudad, la pertenencia y los impases sociales derivados de una política pública que afecta a las personas más pobres de esta comunidad.

Además de crear espacios para la acción política, el movimiento social de resistencia articula canales de comunicación muy necesarios, especialmente en momentos en que la erosión de la representación de la ciudadanía afecta a la mayoría de las entidades políticas, producto del descrédito social sobre la política institucional. El tronco que sustenta la resistencia es la capacidad del movimiento de construir estos espacios de sentido colectivo y de incentivar la participación de los sujetos en este ámbito.

Esto significa que es la acción colectiva –la unión de sujetos en torno a experiencias y demandas similares– la que sustenta la creación de prácticas comunicativas de resistencia. De esta forma, Lagoas do Norte, para quem? accede a experiencias y repertorios pasados como estrategia de percepción y los articula en acciones presentes y futuras de elaboración y reelaboración de resistencias socioculturales. Por lo tanto, el colectivo es un ente que conecta otras figuras metodológicas, porque es a través de él que se ramifican para la visibilización, para las interfaces y soportes comunicacionales, para la concientización, es decir, para la propia resistencia.

Según Mesquista (2008, 180), los movimientos sociales no pueden interpretarse desde una perspectiva unitaria, sino de un conjunto de grupos interactivos que concuerdan en ideas, intereses comunes, representación, resultando en múltiples elementos de identificación colectiva. «Son, por tanto, el resultado de procesos de definiciones colectivas». Cuando el movimiento Lagoas do Norte, para quem? articula sujetos de múltiples grupos, de diferentes sectores, se estructura en la colectividad para poder mediar sus esfuerzos de resistencia y organización y así promover avances en el sentido de visibilizar sus demandas, arquitectar prácticas de acción política y resistir como personas ciudadanas que no quieren ser removidas de sus espacios vitales.

Es a través de medios colectivos que los sujetos median sus procesos de formación ciudadana y resisten, lo que repercute en sus condiciones de producción simbólica. «Es un desafío central del momento histórico actual, la profunda reestructuración de los conceptos, hábitos, prácticas y culturas mediáticas» (Maldonado 2012, 27). El colectivo va desafiando las individualidades de los sujetos y se construye a partir de múltiples movimientos, organizándose de una forma que permite un entendimiento negociado que no es propio de ninguna persona en particular.

El colectivo es la parte densa y profunda de la resistencia, porque es a través de él que se elaboran y reelaboran acciones para llevarnos a comprender los mecanismos que visibilizan y por qué se abordan unas y no otras prácticas comunicativas de resistencia. Tenemos la pluralidad como marca de lo colectivo, tenemos la multiplicidad de sujetos y la heterogeneidad como factores preponderantes en la articulación y producción de prácticas de resistencia. Esto quiere decir que el sujeto construye lo colectivo, pero también es el resultado de lo que produce la acción colectiva, es parte activa en la construcción social de la realidad de los grupos y comunidades y su cosmovisión.

Lo colectivo se sostiene porque entrelaza las sensibilidades de las personas, la ausencia de derechos, impuesta por el sistema capitalista y la desigual ciudadanía (Holston 2013), y produce formas de enfrentamiento de esas desigualdades, especialmente formas comunicativas. Así, la ciudadanía comunicativa es un existir colectivo de apoyo a la estructura organizativa de la resistencia, al tiempo que es también a través de la acción colectiva, que se estructura para negociar estas prácticas y situarlas en la esfera pública.

El colectivo Lagoas do Norte, para quem? se fortalece desde la heterogeneidad que propicia en sus articulaciones políticas, sociales, culturales y comunicacionales. Este multiplica las potencias que de modo individual son restringidas, acotadas. Por eso es posible encontrar en la resistencia múltiples sujetos que negocian sus demandas, deseos e intereses y que proyectan en la colectividad acciones resultantes de estas negociaciones (acción comunicativa –consenso por comprensión–), desde actos hasta nuevos flujos y estéticas de la comunicación, en síntesis, producción de praxis ciudadana colectiva, en la lucha por la permanencia.

4.4 Interfaces y soportes comunicativos (brazos)

El grupo de WhatsApp funciona todos los días. Las personas que salen a la calle durante los actos lucen carteles fruto de un taller de agitación y propaganda. Los muros registran el tono de indignación ante una política pública que pretende desarraigar a toda una comunidad de un territorio. La página de Facebook muestra imágenes y textos que cuestionan, resisten y articulan la formación política. El documental sobre la experiencia de comunidades en un contexto desigual y excluyente participa en un festival. Otra película está siendo proyectada en un lugar público para conmover a la comunidad con ocio, pero también con pautas que generen reflexión sobre la situación en la que viven. Estas son descripciones rutinarias de las estrategias comunicativas implementadas en la región de la Avenida Boa Esperança.

Soportes y dispositivos comunicacionales y mediáticos se entrelazan en el movimiento de resistencia adoptando estrategias de acción política y generando comunicación para que la resistencia militante produzca sus posiciones, sus discursos. Estos espacios de discurso, interfaces y soportes comunicacionales hacen que la producción de comunicación cambie de manos, salga del flujo hegemónico tradicional y se produzca también en la periferia, en soportes que se cuelan por la transgresión que se fragua en los movimientos de resistencia social.

Maldonado (2012, 25) explica que la premisa de la ciudadanía comunicativa tiene lugar en la problematización de los modos de vida de las sociedades contemporáneas y en su expresión. El autor cree que dicha ciudadanía comunicativa es un paso esencial en la vida de las personas «que permite superar, romper, la experiencia y la concepción unidimensional que solo reconoce los sistemas mediáticos comerciales, capitalistas, como la mejor posibilidad de estructuración y realización social comunicativa». Compartimos esta perspectiva, pues es en el ámbito de la vida ciudadana que los sujetos se expresan en los contextos mediáticos y comunicativos de una forma sensible a la realidad que les rodea y que en nada se asemeja a lo que vemos estampar en las páginas y pantallas en los medios de comunicación tradicionales y los discursos hegemónicos.

Entendemos esta figura como los brazos del cuerpo de la metodología de la resistencia, por la capacidad productiva y de acción y, también, por constituir un flujo contrahegemónico que entiende la comunicación y sus mecanismos desde una perspectiva de horizontalidad. En la ciudadanía comunicativa, los procesos de producción, distribución y consumo de bienes comunicativos y mediáticos se establecen desde lo colectivo y las relaciones intrínsecas que se crían en la cuna de los movimientos de resistencia.

Camacho Azurdy (2005) entiende que la ciudadanía comunicativa es la relación comunicacional entre los sujetos sociales y los medios, que posibilita la autonomía y el desarrollo de condiciones de vida. Esta es una perspectiva posible cuando escapamos de los medios de comunicación tradicionales, especialmente. Si bien el autor parte de la posibilidad de la existencia de una ciudadanía comunicativa en una intersección con los medios tradicionales –comprensión difícil por las desigualdades de flujos actuales y la imposibilidad de los sujetos de producir comunicación en estos soportes–, creemos que esta forma de entender se hace notar cuando la comunicación se apoya en medios y estrategias comunicativas alternativas, contrahegemónicas.

Esto significa que la producción comunicativa ciudadana sigue el camino de la autonomía y las condiciones de vida de las personas en un intento por promover la emancipación política y la praxis ciudadana. La ciudadanía comunicativa establecida en las interfaces y en los soportes comunicativos de la resistencia asume bases reivindicativas, cuestionando los discursos dominantes y los procesos de producción que no dan cuenta de la multiplicidad de la sociedad y sus demandas. «Haces una movilización, haces algo, haces una película y la pones en la red social y pones una denuncia» (Oliveira, entrevista, 14 de mayo de 2018). La postura de Lúcia Oliveira en las redes sociales apunta a esa posibilidad recurrente de producir comunicación desde la perspectiva de la comunidad, al tiempo que resignifica los sentidos de los flujos de denuncia, que también pasan por manos de los movimientos de resistencia. Estas estrategias rompen la lógica recurrente en el modelo mediático tradicional, al tiempo que sostienen en la resistencia múltiples posibilidades de entender la comunicación y sus facetas.

Cuando un residente graba videos de casas siendo demolidas y registra la acción violenta del gobierno en las redes sociales, es la entidad pública que llevó a cabo el acto violento de destrucción la que debe responder, no la comunidad que perdió sus hogares. El flujo comunicativo tradicional se invierte.

La intersección de varios grupos en la organización del colectivo que forma el movimiento de resistencia Lagoa do Norte, para quem? posibilita la construcción de espacios para la producción de comunicación popular y periodismo alternativo, en los que es posible percibir mecanismos plurales de comunicación. Este es el caso del Ocorre Diário (<https://ocorrediario.com/>). En la página, el colectivo Flores.Ser Comunicação produce periodismo alternativo y comunicación popular. Asimismo, los reportajes abren espacio para que la comunidad en resistencia haga sus denuncias, discuta y opine sobre los modelos de políticas públicas que se aplican en la periferia de las ciudades.

La página Ocorre Diário es el resultado de estas movilizaciones de resistencia, de las estrategias comunicativas producidas en los movimientos y aparece como un elemento comunicativo que también resiste y trata de resignificar las formas de hacer y producir comunicativamente y en los medios. El espacio funciona como un medio de comunicación alternativo que entrecruza temas y agendas, que en otras condiciones no ascenderían a los medios tradicionales, porque no cumplen con los criterios de noticiabilidad que repercuten reiteradamente en los medios hegemónicos.

La organización de interfaces y soportes comunicacionales de resistencia asegura que los movimientos no se pierdan en un bucle de producción comunicativa sin flujo. Por el contrario, permiten a la ciudadanía salir del silenciamiento y reconfigurar las formas de ser y existir en sociedad. La ciudadanía comunicativa que resulta de estas articulaciones es una práctica social que se establece en la praxis ciudadana. Estas confluencias posibilitan conocimientos, libertades, capacidades productivas y creativas, generan alegría, placer y mistifican espacios de resistencia. Lúcia nos recuerda bien, ¿cómo se vive sin mistificar?

De esta forma, los brazos de las interfaces y soportes comunicacionales permiten construir lógicas comunicativas abiertas, generar en los sujetos la comprensión de que es posible pensar mediáticamente fuera del espectro de la comunicación tradicional y que a través de estos soportes alternativos, es posible acceder a una visibilidad no distorsionada por los filtros de la comunicación hegemónica.

4.5 Investigación comunitaria (piernas)

Finalmente, tenemos la figura que sustenta el cuerpo de la metodología de la resistencia, las piernas, la investigación comunitaria. Maldonado (2011) sostiene que la ciudadanía científica es fundamental para que no produzcamos ciencia excluyente. Entendemos que la metodología propuesta parte de la producción y resignificación que construyen los sujetos en condición de resistencia y de las maneras en las cuales articulan estrategias comunicativas para la movilización social, en la toma de conciencia y en la elaboración de sus prácticas.

Esto explica por qué la investigación comunitaria es un pilar para establecer la metodología de la resistencia. Comprender los mecanismos sociales de resistencia a través de las estructuras científicas permite observaciones complejas de los entresijos de las desigualdades que circundan a los sujetos que están en la periferia, que no acceden a los derechos.

Cuando el movimiento Lagoas do Norte, para quem? aplica un cuestionario para las personas afectadas por el PLN, están produciendo conocimiento académico que ordena los hechos a partir del uso de herramientas científicas para comprender los procesos de formación, territorialidad y perfil socioeconómico de esas familias.

Los resultados operativos de estas acciones investigativas sustentan la fortaleza del movimiento de resistencia y revelan una organización múltiple sobre la experiencia social, sobre la militancia política y sobre el ejercicio de la investigación de forma comunitaria.

Tuvimos la oportunidad de participar en la aplicación de los cuestionarios de mapeo en la Avenida Boa Esperança, en la región del barrio Olarias. El recurso metodológico es complejo, apunta métricas propias del cuestionario e inserta a los militantes en un ambiente que los pone en contacto directo con la comunidad afectada. La investigación comunitaria acerca sujetos en resistencia y, al permitir la elaboración de prácticas, redundante en una comprensión más compleja y profunda de los sujetos y de las comunidades que son afectadas por la política pública de reestructuración urbana.

En el caso del mapeo realizado por Lagoas do Norte, para quem?, buscamos entender exactamente las características de estas poblaciones que el PLN quiere reubicar y cuánto las personas son o no ajenas a los mecanismos utilizados por el gobierno. El uso de la ciencia para apoyar los movimientos de resistencia revela cómo la transgresión de las lógicas hegemónicas es abrumadora en estos espacios de movilización social.

Sabemos que resistir es un acto político, cuando toca a la puerta de la producción científica como ser activo y no solo como objeto de investigación, percibimos el reordenamiento de lógicas en las múltiples dimensiones que pretende la metodología de la resistencia. Producir investigación comunitaria es ir a contramano de una lógica científica que percibe el conocimiento solo de arriba hacia abajo (Maldonado 2011). En estas direcciones, la investigación comunitaria estratégica produce las narrativas, los discursos y los sentidos necesarios y suficientes para generar argumentos para la discusión de otra política pública, otra acción política que se referencia en herramientas metodológicas para tratar los fenómenos sociales concretos, los fenómenos de resistencia. Los argumentos de la investigación comunitaria se construyen lógicamente y epistemológicamente, además, confrontan políticas públicas que hipotéticamente también deben sustentarse en estudios e informes técnicos.

Más que eso, la noción de investigación comunitaria también refuta el pensamiento normalista de la ciencia que privilegia a las personas investigadoras y científicas. «La idea

anacrónica de los investigadores como entes “superiores”, privilegiados por la sociedad, debe ser desmantelada en la dimensión teórica e ideológica» (Maldonado 2011, 6). En otras palabras, desde una perspectiva de confrontación epistemológica, se cuestiona esta deificación de quienes producen ciencia y, en términos de una metodología de resistencia, también destaco a las personas como constructoras y articuladoras de racionalidades de carácter científico.

Estas asociaciones entre quienes tradicionalmente producen ciencia y quienes son objeto de estudio cobran protagonismo con el desarrollo de investigaciones comunitarias que fortalecen los movimientos sociales de resistencia, pero también alteran los flujos de producción académica históricamente establecidos. Rompen con la naturalización de quienes son o no capaces de producir científicamente. La investigación comunitaria en Lagoas do Norte, para quem? se lleva a cabo en el colectivo, que incluye personas científicas e investigadoras, así como residentes y activistas que tradicionalmente no desempeñarían este papel en los movimientos o en la ciencia.

Las articulaciones de la investigación comunitaria también se dan en el ámbito de la producción científica de las instituciones. Esto significa que las personas activistas que son investigadoras también producen análisis y relatos de experiencias que permiten ampliar las voces científicas sobre la realidad de las personas afectadas por el PLN. Los artículos científicos y las investigaciones que resulten en tesis (de grado y posgrado) también son sostenidas por estos pilares, para estructurar y fortalecer la comprensión que la comunidad en resistencia tiene sobre sí misma.

«La ciudadanía científica, sin embargo, no se configura solo de derechos, es una praxis humana; un ejercicio creativo; un juego de experimentos mentales; producción artesanal, técnica y artística; un conjunto de culturas inventivas; una realidad social de vida» (Maldonado 2011, 8). Es a partir de estas configuraciones que parte la investigación comunitaria y que los movimientos de resistencia incorporan procesos creativos, retóricos y metodológicos para comprender las realidades que viven y construir sus estrategias para resistir y expresarse.

Cuando incorporamos las investigaciones comunitarias como bases fundantes de la metodología de la resistencia, entendemos que es esta perspectiva la que sustenta las acciones colectivas, la que mueve las interfaces mediáticas, la que genera la conciencia y, en consecuencia, la visibilidad necesaria para que se constituya un movimiento social.

Esta racionalidad integra los procesos de la ciencia, las acciones comunicativas y las metodologías para pensar los movimientos de resistencia. Desde dentro, reitera la capacidad

integradora que tiene la metodología de la resistencia y más que eso, operacionaliza la dimensión epistemológica, que parte de una perspectiva crítica de las formas tradicionales del hacer científico.

Los movimientos de resistencia social deben ser conscientes de estos actos de confrontación de los sistemas tradicionales y que los procesos científicos son necesarios para que las voces subalternas también ocupen ese espacio. Una ocupación activa, no exclusivamente como objeto de investigación. La resistencia produce investigación, produce ciencia. La metodología produce resistencia.¹⁷

5. Aportes conclusivos

Al multidimensionalizar la metodología de la resistencia, alcanzamos el objetivo estructural de la tesis doctoral de la que deriva este capítulo, que procuró proponer una racionalidad metodológica para la ciudadanía comunicativa, al tiempo que sistematizamos un camino para comprender los colectivos de resistencia. Las figuras metodológicas de resistencia actúan en estas dimensiones. La resistencia, la visibilidad, las interfaces y soportes comunicacionales, la investigación colectiva y comunitaria son dispositivos del cuerpo metodológico de la resistencia que la caracterizan, integrando también los ejes de acción de los colectivos. Dimensiones que circulan en las múltiples figuras de la propuesta de racionalidad y fomentan la arquitectura metodológica.

La metáfora del cuerpo para la metodología de la resistencia fija las dimensiones, evidenciando cómo la sistematización teórico-metodológica puede ser percibida en contextos concretos y expresar significados de profundidad sobre los sujetos que construyen ciudadanía desde sí mismos, desde los lugares que habitan y desde lo simbólico. La metáfora trata dialécticamente lo concreto y real de la resistencia y cómo hay una racionalidad que la envuelve y que es percibida por las prácticas que construyen y por los propios sujetos que componen la resistencia.

¹⁷ En la tesis de doctorado que da origen a este capítulo se realiza una descripción detallada de lo que llamamos prácticas comunicativas de resistencia vivenciadas en el colectivo Lagoas del Norte ¿para quién? Logramos relevar 10 prácticas que se expresan en el cuerpo de la metodología de la resistencia: las personas y sus cuerpos; la alegría; el compartir; las redes sociales y los dispositivos digitales; proyectos comunicacionales; volanteo; protestas/piquetes; grafitis y murales; alimentos y mapeo comunitario. Esto se detalla en el tercer capítulo: A ESPERANÇA É BOA?. Disponible en: https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/27083/1/Methodologiasresist%c3%aanciaperspectivas_Teixeira_2019.pdf

La metodología de la resistencia es una propuesta para comprender los grupos sociales que enfrentan las desigualdades y exclusiones construidas históricamente en las sociedades capitalistas a lo largo de los siglos. La resistencia se fragua en la comprensión de una misma, de las y los demás, de las multiplicidades humanas y del espacio que habitan y experimentan. Es una metodología que parte desde la perspectiva comunicacional y ciudadana para entender que las personas en condiciones desiguales se configuran a través de experiencias y formas de organización social para cuestionar, impugnar y ser vistas como ciudadanas con derechos, aunque exista todo un sistema que trate de camuflar estas realidades. La metodología de la resistencia es una racionalidad que actúa como experiencia en el campo revolucionario y nos habilita a través de las posibilidades de cuestionamiento.

Esperamos que las arquitecturas metodológicas organizadas en este espacio puedan contribuir a la consolidación de ambientes de resistencia en las diversas dimensiones de la sociedad; que las figuras metodológicas organizadas en cuerpo puedan fomentar colectivos de resistencia cada vez que grupos vulnerables se enfrenten a amenazas. La metodología de la resistencia somos nosotras y nosotros.

Referencias bibliográficas

- Camacho Azurduy, Carlos. A. 2001. «Propuesta de un modelo de comunicación masiva para la construcción de ciudadanía en América Latina». *Signo y pensamiento XX*, n.º 38: 72-81.
- 2005. «Democratización de la sociedad: entre el derecho a la información y el ejercicio de la ciudadanía comunicativa». *Punto Cero* 10, n.º 10: 28-36.
- Cortina, Adela. 2005. *Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania*. São Paulo: Edições Loyola.
- Feyerabend, Paul. 1977. *Contra o método*. Rio de Janeiro: Francisco Alves.
- Holston, James. 2013. *Cidadania Insurgente: disjunções da democracia e da modernidade no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras.

- Maldonado, A. Efendy. 2008. «Transformação tecnocultural, cidadania e confluências metodológicas». Ponencia presentada no XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2 al 6 de setembro.
- 2011. «Premissas conformadoras de culturas científicas para a formação de investigadoras(res) em comunicação no contexto latino-americano de inícios do século XXI». En *Comunicação, educação e cidadania: Saberes e vivências em teorias e pesquisa na América Latina*, Barreto, Virginia, Maldonado, A. Efendy y Lacerda, Juciano 25-47. João Pessoa; Natal: Editora da UFPB; Editora da UFRN.
- 2012. «A transmetodologia no contexto latino-americano». En *Epistemologia, investigação e formação científica em comunicação*, organizado por Maldonado, A. Efendy, 1-362 Rio do Sul; Natal: Unidavi; Editora da UFRN.
- Mata, María. Cristina. 2005. *Condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo de la ciudadana comunicativa*. Córdoba: Centro de Competencia en Comunicación para América.
- 2006. «Comunicação y cidadania: problemas teóricos-políticos de su articulación». *Fronteiras-Estudos Midiáticos* 8, n.º 1: 5-15.
- Pinsky, Jaime. 2015. «Introdução». En *História da cidadania*, editado por Pinsky Jaime y Carla. Bassanezi Pinsky, 9-14. São Paulo: Contexto.
- Silva, E.A; Piza, S. 2010. A formação cidadã na perspectiva do educador e do educando. In: Silva, E.A; Piza, S. A (Organizadoras). *Cidadania, que coisa é essa? A formação cidadã na universidade*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo.
- Teixeira, Thays Helena Silva. 2019. «Metodologia da Resistência: perspectivas para uma racionalidade da práxis em cidadania comunicativa». Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Voces de comunidad:

entre las comunidades eclesiales de base
y la educación popular

Elba Noemí Gómez Gómez

1. Introducción

Entre los años setenta y principios de los noventa, la colonia Lomas de Polanco, del sur de la ciudad de Guadalajara, Jalisco, México, fue escenario de un auge organizativo comunitario y político estrechamente relacionado con la religiosidad popular. Dicha experiencia tiene como antecedente la puesta en marcha de las llamadas comunidades eclesiales de base (CEB), que son las células de la evangelización planteada por el Concilio Vaticano II de la iglesia católica, que reivindicaba la opción preferencial por los pobres¹⁸, a lo que la iglesia latinoamericana denominó la urgencia de ir al encuentro de las situaciones de injusticia, para a través el evangelio denunciarlas y favorecer procesos de organización.

El presente texto pretende dar cuenta del estilo de intervención socioeducativa que permeó la experiencia comunitaria, organizativa y religiosa en la colonia¹⁹ Lomas de Polanco, entre 1973 y 1992. Para tal efecto, se analizaron 24 entrevistas, doce a los llamados «fundadores» de la experiencia (agentes externos) y doce a dirigentes de la comunidad. Para resguardar el anonimato de las personas participantes, se usan en todos los casos nombres de fantasía.

Este trabajo es producto de la investigación: «Agentes y lazos sociales en Lomas de Polanco», que tuvo como pretensión la recuperación de experiencias participativas de actores, actrices y colectivos de la colonia Lomas de Polanco. La investigación se inscribe en la metodología de enfoque cualitativo, con el uso de métodos biográficos, en particular la historia oral, en tanto se recuperan las voces y representaciones de actrices y actores protagonistas de la experiencia abordada.

En la década de los setenta, Lomas de Polanco era una colonia suburbana, con terrenos sin escrituras, caracterizada por la pobreza y la criminalidad. Paradójicamente, ese espacio fue lugar de confluencia de distintos actores sociales que tenían la intención de intervenir frente a la realidad de pobreza que vivían las personas habitantes de dicho territorio.

Los jesuitas dejaron su noviciado para instalarlo en dicha colonia, las religiosas de María Reparadora salieron de su claustro para vivir en la comunidad, estudiantes y profesores de una

¹⁸ Aunque se conoce la opción de utilizar personas en situación de pobreza ateniendo a la discusión sobre las causas de la misma, siendo que la pobreza se concibe como una consecuencia de un sistema depredador, extractivista y desigual; y no como una condición per-se de grupos poblacionales, y mucho menos como una elección de determinados sujetos, no obstante, se utiliza en el capítulo la noción de *los pobres* por su carga histórica y por las implicaciones en relación con la iglesia católica.

¹⁹ Puede entenderse colonia como el equivalente a una comunidad urbana.

universidad privada confesional crearon un Centro de Servicios Psicológicos y Educativos, una organización no gubernamental arribó para implementar un proyecto de educación popular, además, coincidieron militantes de partidos y organizaciones políticas. La presencia de personas laicos comprometidas en la experiencia fue también relevante, ya que promovieron una biblioteca comunitaria y proyectos culturales, principalmente.

Los sacerdotes diocesanos responsables de las dos parroquias de la colonia, comprometidos con los planteamientos del Concilio Vaticano II y con la llamada teología de la liberación (se hablará más adelante de esta), fueron los principales impulsores de las comunidades eclesiales de base junto con religiosas y sacerdotes jesuitas.

Lomas de Polanco fue un semillero de trabajo comunitario, organizativo y político que se extendió a lo ancho de veinte colonias del sur de Guadalajara. La proliferación de acciones diversas fue algo que caracterizó la experiencia, por mencionar algunas: luchas reivindicativas por los servicios públicos y las escrituras de la colonia, actividades y festivales artísticos – culturales, talleres de formación, retiros espirituales, formación de líderes, talleres para niños y niñas, actividades deportivas, campañas de alfabetización, grupos de encuentro de desarrollo humano, microempresas, entre otros.

Se conformaron instancias y organizaciones, como cooperativas diversas, bibliotecas populares, el Centro Polanco (que ofrece diversos servicios profesionales), mutual de difuntos, Colectivo cultural, organización política de jóvenes, organización política de adultos, organización regional, entre otras.

Este documento presenta los hallazgos en torno a la intervención que hemos denominado socioeducativa, definiendo cómo se concibe esta, sus atributos, las intenciones que guiaron a las personas educadoras y sus acciones educativas, el perfil que les definió. También recuperamos los cuatro ámbitos sobresalientes de la formación en la historia organizativa aludida.

Uno de los principales riesgos y retos de la intervención educativa es la presencia de agentes externos, en tanto el cuidado de las personas, el respeto y la promoción de la participación que se confiera a quienes habitan en la comunidad, que son los principales actores y actrices de la intervención. En el caso de Lomas de Polanco, localizamos dos figuras educativas principales: fundadores y dirigentes. Los primeros son agentes externos y los últimos son líderes comunitarios.

Además de esta introducción, el capítulo está conformado por los siguientes apartados:
2. Una iglesia para los pobres, en el que describimos las comunidades eclesiales de base, su

sentido y propuesta pedagógica; 3. La confluencia educativa en Lomas de Polanco, donde relatamos las apuestas que se articulan alrededor de un proyecto comunitario 4. La intervención socioeducativa, haciendo un breve recuento de sus fundamentos teóricos, 5. Descripción de los propósitos del proyecto comunitario. 6. Los ámbitos formativos; 7. Los atributos y procesos de la intervención socioeducativa; 8. La experiencia educativa en Lomas de Polanco, y 9. Algunas conclusiones.

2. Una iglesia para los pobres: las comunidades eclesiales de base

En la década de 1970, la iglesia católica experimentó cambios que no solo plantearon la transformación del oficio sacerdotal, sino también del conjunto de prácticas del catolicismo (Gómez et al. 2015). En 1959, el papa Juan Pablo XXIII abrió los trabajos del Concilio Vaticano II, en donde se sentaron las bases para la construcción de una iglesia con una opción preferencial por los pobres. Con la clausura de este concilio, en 1965 el papa Pablo VI inaugura un movimiento que renueva a la iglesia, que la compromete en la lucha contra la pobreza y «la denuncia de las políticas sociales que empobrecen y aplastan a millones de personas» (Gómez et al. 2015, 26).

Como concreción del Concilio Vaticano II, obispos latinoamericanos reflexionaron sobre las condiciones sociales vividas en el continente. Realizaron una lectura a la realidad social, caracterizada por la desigualdad social, el aumento de la pobreza y situaciones de injusticia en detrimento de los sectores sociales más vulnerables. Como resultado de esta reflexión, los obispos declaran en 1968, en la II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano de Medellín, el viraje de la pastoral hacia los pobres (Celam 1968). Esta declaración se confirma con la III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, que tuvo lugar en Puebla.

Como se formuló en la II Conferencia, las comunidades eclesiales de base (CEB) son comprendidas como las células eclesiales para la evangelización. Constituyeron un nuevo modelo de ser iglesia (Boff 1984), que apostó por la evangelización, la recuperación del sentido de comunidad y el reconocimiento del papel de las personas laicas en la iglesia. Partiendo de la relectura de los evangelios y de los hechos de los apóstoles, desde un Jesús histórico, más preocupado por las necesidades reales del mundo, que por la conservación de un poder sacerdotal (Hernández García 2000).

En las siglas de las CEB se conforma su sentido. *Comunidades*: por estar organizadas entre hermanos (en sentido figurado); *eclesial*: por el seguimiento a Cristo en su iglesia, y *de*

base: por estar ubicada en la base de la iglesia, con los pobres. La propuesta pedagógica de las CEB toma inspiración en el método de análisis de la juventud obrera católica, que se condensa en ver, juzgar y actuar. Donde *ver*, implica dejarse interpelar por la realidad; *juzgar*, dejarse tocar por la palabra de Dios para interpretar la realidad, y *actuar*, comprometerse en acciones concretas para el bienestar común.

De acuerdo con Iriarte (2006), las CEB más que ser un movimiento de la iglesia, constituyen a la iglesia en movimiento. La iglesia comprendida como conformación de células de vida, en donde sus actores, constituidos tanto por el clero como por los laicos, son partícipes en el rumbo del trabajo pastoral (Gómez et al. 2015). Los pobres se constituyen como sujetos y el trabajo pastoral más que concebirse para los pobres, es desde los pobres (Celam 1968).

Las CEB además de cumplir con el propósito de la evangelización, se constituyen como un proceso de mediación práctica, que implicó varios niveles: «el nivel de análisis de la coyuntura, el nivel de los proyectos y programas, el nivel de la estrategia y las tácticas, y finalmente, el nivel performativo o de la acción» (Boff 1990, citado en Gómez 2015, 35). Partiendo así de un modelo eclesial que se encauzó en la búsqueda de soluciones a diversas problemáticas presentadas por la comunidad (Floristán 1998) y que se sostuvo como una alternativa para afrontar las condiciones adversas de vida que presentaban sus integrantes, representando espacios de confluencia de demandas, aspiraciones y luchas sociales (Ramírez Saíz 1996).

Con el objetivo de cristalizar dichas reflexiones, clérigos, religiosos y religiosas a lo largo de América Latina se insertaron en zonas populares para conformar las CEB y propiciar procesos de concientización para encarar las adversidades presentadas por los sectores poblacionales marginados.

3. Confluencia de apuestas

En la experiencia organizativa, política y educativa de Lomas de Polanco, con la confluencia de más de 30 instancias, entre organizaciones, instituciones y grupos, no existía un único «proyecto», aunque todas las personas hablaban del «Proyecto Polanco», que es el símbolo de la concurrencia alrededor de la utopía de intervenir para mejorar las condiciones de vida de la comunidad, a partir de procesos organizativos diversos y la confluencia de una pluralidad *sui generis* de estrategias educativas.

Aunque hemos subrayado que la particularidad de la experiencia reseñada tiene que ver con la presencia de diferentes apuestas de trabajo popular, con sus matices metodológicos, es importante enfatizar que en el centro se colocaron las comunidades eclesiales de base con tres mitos fundacionales: a) la apuesta por el trabajo desde la base, b) la centralidad del valor de las personas y, c) con la «opción preferencial por los pobres». Lo cual, desde nuestra perspectiva, favoreció el diálogo con las diversas propuestas educativas y políticas que se hicieron presentes con distinta intensidad en la comunidad de Lomas de Polanco.

En la historia que recuperamos coincidieron cinco tradiciones principales, las comunidades de base, la teología de la liberación, la educación popular, la espiritualidad jesuita-ignaciana y el desarrollo humano. Mencionaremos brevemente su influencia.

En no pocas experiencias, la puesta en marcha de las CEB confluyó con la teología de la liberación, tal fue el caso de la experiencia documentada. La teología de la liberación se caracteriza por la apuesta en la capacidad de cada persona de transformar su realidad, en el ejercicio de sus derechos. Entre algunos de sus supuestos se plantea que el despertar de la consciencia crítica de la realidad es punto de partida para analizar y actuar en consecuencia. Uno de sus principales exponentes es Leonardo Boff, quien señala lo siguiente:

Para que un cambio semejante tenga lugar, ellos mismos tienen que tomar consciencia, organizarse y comenzar una práctica política de transformación y liberación social. Como en gran mayoría los pobres en nuestros países eran cristianos, se trataba de hacer de la fe un factor de liberación. Las Iglesias serían las aliadas naturales de este movimiento de cristianos pobres [...]. Su fuerza mayor no reside en las cátedras de los teólogos sino en las innumerables comunidades eclesiales de base (2009, párr. 5).

Las fronteras entre la teología de la liberación y las comunidades eclesiales de base muchas veces no son tan claras cuando las CEB despliegan procesos de politización explícitos, como es el caso de Lomas de Polanco. En el caso de algunas luchas de liberación en América Latina, la teología de la liberación fue pieza angular. Por otra parte, una gran cantidad de CEB no lograron consolidar acciones organizativas de transformación de la realidad, se quedaron en el nivel de reflexión de problemáticas.

También, localizamos los aportes de la educación popular, la cual centra en los sujetos la transformación de su propia realidad. Así la define Carlos Núñez, que estuvo presente en Lomas

de Polanco y que es uno de los principales teóricos de esta propuesta educativa liberadora y participativa, a continuación:

La educación popular es un proceso de formación que se da dentro de una perspectiva política de clase y que forma parte o se vincula a la acción organizada del pueblo para construir una sociedad nueva, de acuerdo con sus intereses. Es el proceso continuo y sistemático que implica momentos de reflexión y estudio sobre la práctica del grupo o de la organización; es la confrontación de la práctica sistematizada, con elementos de interpretación e información que permitan llevar dicha práctica consciente, a nuevos niveles de comprensión (1985, 55).

En la recuperación de las prácticas educativas sobresale el uso de técnicas participativas y dinámicas grupales, que suelen ser características de la educación popular, por ejemplo: dinámicas de ambientación, de análisis, de planificación, de presentación; análisis de material audiovisual, representaciones mediante sociodramas, etc. A decir de las personas entrevistadas, siempre se trataba de promover la participación en todas las actividades y en los procesos formativos. Así lo menciona Gabriel: «aunque podía haber un facilitador, se fomentaba que todos contribuyeran al aprendizaje grupal; en el supuesto de que todos tienen la capacidad de aportar sus saberes a través de sus experiencias».

El enfoque participativo es un sello de la propuesta de la educación popular, que contempla la formación del sujeto en su dimensión política, intenciona el desarrollo de la conciencia crítica y promueve su participación en organizaciones sociales para el aumento de su capacidad de agencia. Humberto Salguero, lo plantea de esta forma, a continuación:

Cuando se dieron cuenta que podían hacer algo como grupo organizado con esta mística en las comunidades, entonces, pues tomaron fuerza y se vio el valor del método [...]. Aprendieron a considerarse actores más que receptores de beneficios sociales; aprendieron a actuar más que a esperar; aprendieron a confiar en su capacidad de agenciamiento más que en la benevolencia del Estado y de la respuesta de las instituciones. Aprendieron a vencer el miedo, a ser protagonistas de su historia (2013, citado en Gómez 2015, 43).

Eduardo, un exjesuita que coordinó el trabajo con jóvenes, habla de que la propuesta educativa en Lomas de Polanco tuvo una fuerte influencia del método dialéctico, que él define así: «implica partir de la realidad, observarla y analizar y en consecuencia transformarla, y una vez que se actúa, se vuelve a reflexionar sobre ella».

Una coincidencia entre las personas entrevistadas es la afirmación de que en este proceso se impactaron diferentes dimensiones de la vida de las personas: los planos personal, familiar y comunitario desde una esfera más íntima y afectiva y, por otro lado, los ámbitos de lo político, lo religioso, educativo, cultural y social. Así lo menciona Manuel, religioso jesuita:

Además de formar al sujeto como ser social, se consideró su dimensión personal, de tal forma que cada perspectiva de trabajo metodológico desde la Educación Popular, la Teología de la Liberación y los aportes de los Ejercicios Espirituales que contemplan la dimensión humana y espiritual, todo ello convergió para contribuir en el desarrollo de los actores y la comunidad, desde el foco de las comunidades eclesiales de base.

La experiencia que se despliega en el trabajo en Lomas de Polanco propició proyectos, acciones e interacciones socioeducativas. Se abordó la realidad junto con los habitantes del territorio al que hemos hecho referencia y se generaron procesos de concientización y transformación. También, se fortaleció la organización y la cohesión social a través de diferentes métodos que promovieron la participación activa de las personas, el desarrollo de una consciencia crítica y una postura política que los llevó a actuar sobre su realidad para mejorar sus condiciones de vida.

Podemos decir que se realizó una intervención socioeducativa, caracterizada por la participación de muchos agentes externos a la comunidad con diferente adscripción, con la involucración de diversos ámbitos (político, económico, cultural, espiritual y personal), con distintas formas organizativas y, por ende, con diverso nivel de participación por parte de las personas habitantes de la comunidad.

A manera de balance, podemos afirmar que donde se registró una mayor participación de la comunidad fue en la membresía a las pequeñas grupalidades (CEB), en los eventos barriales y en las actividades pastorales. También, localizamos una fuerte respuesta, de tipo masivo, en las luchas reivindicativas por los servicios públicos y por la escrituración de los terrenos. Donde se encontró menos afluencia de la comunidad fue en la militancia en organizaciones cívico-

políticas. Algo que se distinguió en este proyecto fue la disponibilidad de la población para involucrarse en ofertas formativas diversas.

4. La intervención socioeducativa: un recuento teórico

Entendemos la intervención social educativa como una complejidad de actores y actoras, acciones, relaciones e intenciones, individuales y colectivas. Al ser una realidad social, existen diversas dimensiones presentes. En términos de Noemí Gómez y Felipe Alatorre, se entiende la siguiente forma:

Es una acción social que involucra diversos actores, estrategias, escenarios, modos de intervención, niveles de incertidumbre, etcétera, y que sobre todo lleva implícita la intencionalidad de transformar una determinada circunstancia, dinámica o realidad, lo que remite a proyectos de sociedad (2014, 3).

La intervención socioeducativa es dinámica y cambiante; implica procesos de formación de todas las personas involucradas. La reflexividad y la acción colectiva son dos componentes ineludibles. De acuerdo con Sáez Carreras (1993), la intervención educativa es una práctica social desde la que un grupo o una colectividad tienden a la autodeterminación y a la mejora social. Se ha señalado también como una acción por la cual agentes sociales, a través de estrategias educativas, atienden necesidades sociales (Pérez-Campanero 1991). O bien, como prácticas para favorecer el desarrollo de las personas y de las comunidades para «promover procesos de cambio orientados hacia un mejor futuro» (Caride 2005, 53).

En relación con la intervención socioeducativa existen matices y cada autor pondera algunos elementos, pero la mayoría coinciden en reconocer a los sujetos como agentes que, mediante una participación social organizada, satisfacen sus necesidades, transforman sus condiciones y apuntan a una mejor calidad de vida.

La intervención socioeducativa implica el reconocimiento del contexto; parte de un análisis de realidad minucioso, que toma en cuenta todos los factores y elementos que interactúan (Roselló Nadal 1998). Una de las finalidades de este análisis a profundidad, es la identificación del problema social sobre el que se pretende intervenir (Pérez-Campanero 1991), a partir del cual se detectan las necesidades presentadas por el grupo o individuos participantes de la intervención, para así implementar planes de acción (Pérez-Campanero 1991; Fernández Solís y Castillo Sanz 2010).

De acuerdo con Pieck (1996), la intervención social debe partir de los intereses y necesidades de la comunidad, por lo que es imprescindible que las personas que la conforman reflexionen sobre su realidad y sean capaces de cuestionarla. Para Sáez Carreras (1993), en la interacción social, las personas participantes no solo construyen e interpretan en conjunto los significados acerca de la realidad, sino que también analizan el por qué esa realidad se ha construido de tal forma.

Es un modo de interacción mediada por la interpretación de la realidad, parafraseando a Freire (1979), el encuentro de los hombres mediados por el mundo, por la lectura de la realidad, por la perspectiva de transformación de la realidad, de liberación del hombre y la mujer, atravesados por la conciencia (Sáez Carreras 1993).

Juntos, educadores sociales y comunidad, intervienen sobre la realidad. Desde la intervención socioeducativa, se busca fomentar la participación y organización de las comunidades en torno a sus necesidades de cambio (Pieck 1996). El colectivo es el que debe participar en la implementación de la intervención socioeducativa y ser quien propone el cambio social (Ayuso 2000). Para ello, se requiere tanto un cambio en actitudes y estructuras mentales, en donde las personas se reconozcan como capaces de afrontar sus problemas, buscar soluciones y tomar decisiones (Pieck 1996), como una evolución de la consciencia social, que dé lugar a la voluntad de actuar para transformar y de poner en juego sus competencias (Ayuso 2000).

La transformación de la realidad es posible desde un proceso educativo que reconoce a la persona en su capacidad de agencia y favorece su ubicación como promotora de cambio. La intervención educativa vislumbra una utopía (Ayuso 2000) y surge como una alternativa para responder a las necesidades de sectores que viven algún tipo de exclusión (Pieck 1996). La intervención educativa pone la base para la emergencia alternativa de soluciones.

La intervención socioeducativa apunta a la participación en la construcción de espacios más justos, equitativos y solidarios (Fernández Solís y Castillo Sanz 2010), en la creación de programas educativos que tengan un impacto definitivo en el mejoramiento del desarrollo socioeconómico y la calidad de vida, sin destruir su cultura ni al medio ambiente (Pieck 1996) y en la labor de garantizar y ampliar las oportunidades, especialmente para quienes no las han tenido (Caride 2005; Roselló Nadal 1998). Todo lo anterior, mediante la colaboración activa, para que cada persona pueda alcanzar su plena realización como ser social (Caride 2005).

Rendón Monzón afirma que «en una comunidad se establece una serie de relaciones, primero entre la gente y el espacio, y, en segundo término, entre las personas. Para estas relaciones existen reglas, interpretadas a partir de la propia naturaleza y definidas con las experiencias de las generaciones» (2003, 95).

El proceso de intervención en Lomas de Polanco se gesta desde la conformación de las comunidades eclesiales de base (CEB), entendidas estas como células eclesiales para la evangelización, las cuales hacen una especial consideración en el desarrollo humano y social de las personas. En el caso que nos ocupa, coinciden los fundadores de esta experiencia, en que uno de los principios que guió la intervención fue «trabajar desde la base», en la casa, el barrio o la calle, con la intención de promover la construcción del sentido de comunidad a partir de la reflexión, de la problemática de la colonia y la sociedad y de prácticas religiosas diversas.

5. Las intenciones de mejorar la vida

Sobre los propósitos que guiaron el proyecto Polanco, estos fueron cambiando en el tiempo y a medida que avanzaba la organización y la conformación comunitaria; pero, a lo largo del proceso, la intención donde confluían todos tenía que ver con mejorar las condiciones de vida, con distintos énfasis:

- Brindar herramientas que permitan a los sujetos saber defender sus derechos.
- Desarrollar habilidades para organizarse y cooperar en acciones para la mejora de su entorno.
- Fortalecer la espiritualidad. Dinamizar la experiencia con Dios, a través del encuentro cercano entre la fe, la vida personal y comunitaria. El padre Juan lo expresa así: «reconocer a un cristo revolucionario».
- Favorecer el desarrollo personal y brindar herramientas que permitan a las personas profundizar en el conocimiento de sí mismas y sus emociones. Así lo expresa Marina: «ofrecer las herramientas para el desarrollo de sus capacidades y la conformación de un plan de vida».
- Construir la organización y la comunidad y promover acciones para la organización de la comunidad, así lo menciona Pablo: «de tal manera que les permitiera acompañarse y reconocer su dignidad como personas y como comunidad». Eduardo lo dice

así: «se trataba de conformar redes entre barrios, colonias, organizaciones y otras CEB a nivel nacional y latinoamericano».

- Fortalecer formas de convivencia. Promover actividades artístico-culturales ligadas a la concientización y la organización. Menciona Baudelio: «se promovía un ambiente festivo, de respeto y de solidaridad».

Como hemos mencionado, una de las características de la experiencia de Lomas de Polanco fue la coexistencia de muchos actores con una marcada diversidad en sus ideologías, sus estrategias, sus trayectorias, sus imaginarios y sus pretensiones hacia los habitantes de esta colonia en condiciones de pobreza. De ahí, los énfasis en los propósitos, que básicamente tienen mayor correspondencia según los diferentes grupos, asociaciones, instituciones, organizaciones, partidos políticos y agentes que arribaron al territorio; claro está, por las acciones que impulsaron.

Una de las particularidades de la intervención que ahora reseñamos es que el centro de todos los esfuerzos siempre fueron las comunidades eclesiales de base. Desde las pequeñas células distribuidas en toda la comunidad se convocaba a las distintas acciones e iniciativas de otras instancias. En la colonia, existieron 114 células activas de CEB y localizamos cuatro ámbitos formativos que lograron mayor consolidación: formación para la acción social transformadora, formación pastoral, formación para el desarrollo personal y formación artística cultural.

6. Las caras de la intervención

Algo que rescatamos en esta investigación fue que la mayoría de las personas entrevistadas hicieron énfasis en que siempre se mantuvo la intención formativa en todas las actividades implementadas. Por ello, realizamos una sistematización de las diversas acciones y, de acuerdo a su intención educativa, las clasificamos en cuatro ámbitos de formación. Cabe mencionar que, aunque los presentamos separados, no se desarrollaron de manera independiente, sino por el contrario, se relacionaron y complementaron.

Tabla 1. Ámbitos de la formación

Formación para la acción social transformadora	Formación pastoral
Formación para el desarrollo personal	Formación artística cultural

Fuente: Elaboración propia, con base en Gómez 2015.

6.1 Formación para la acción social transformadora

Uno de los propósitos fundamentales de la intervención fue favorecer procesos de concientización y análisis de la realidad, que generaran iniciativas de acción colectiva desde las personas involucradas. Todas las personas entrevistadas coinciden en que desde cada trinchera se fomentó el análisis de la realidad, menciona Benito que «tratamos de acompañar a la comunidad en sus iniciativas reivindicativas, como la lucha del alcantarillado, a partir del análisis de la realidad y la formación».

Aunque inicialmente se comenzó a desarrollar el trabajo mediante el método de las CEB, el enfoque con el cual se llevaron a cabo cada una de las acciones, consideró, como anteriormente lo hemos mencionado, elementos de la educación popular, que contempla a su vez, el método de investigación-acción-participativa.

La investigación-acción integra el conocimiento a la acción, replantea la relación entre conocer y actuar, convierte a la práctica en objeto de investigación, de manera que conocer y actuar forman parte de un mismo proceso exploratorio. Supone la simultaneidad del proceso de conocer y de intervenir, e implica la participación de la misma gente involucrada. La investigación - acción transforma la práctica no reflexiva y acrítica en acción comprometida y teóricamente informada, la cual puede a su vez, transformar la teoría que la informó (López Herrerías 2000, 79).

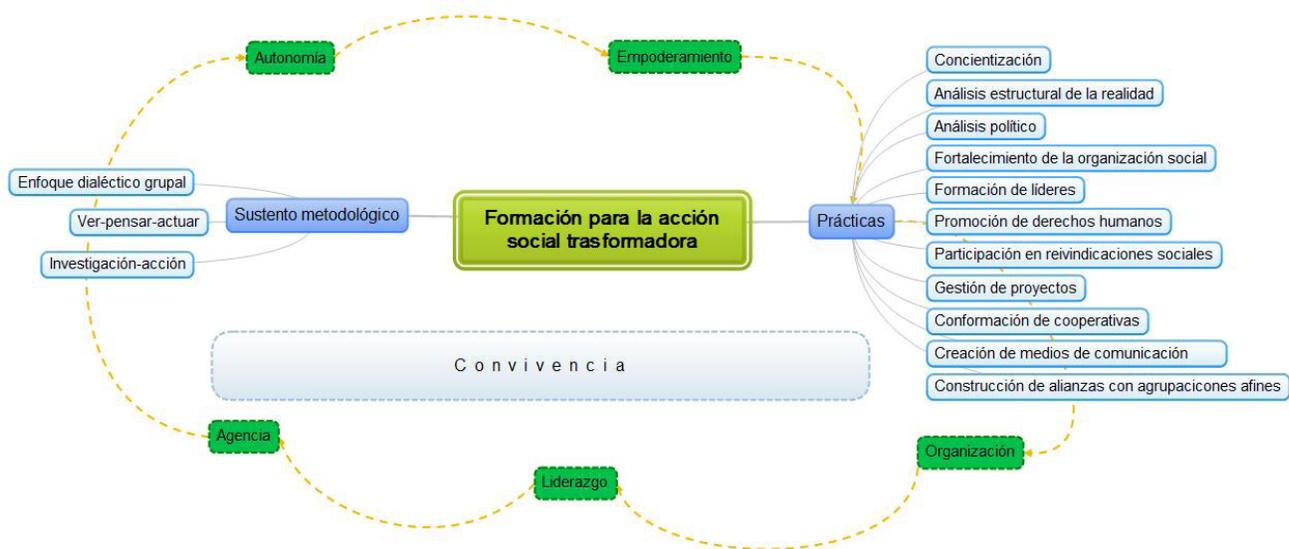
El método de las comunidades eclesiales de base («Ver, juzgar y actuar») también tiene sustento en los métodos participativos. Juan, uno de los sacerdotes diocesanos fundadores de la experiencia, menciona que «la acción fue motivada por la reflexión, la acción encaminada a la transformación de la realidad. La acción generaba el tema para reflexionar». A manera de ejemplo, podemos mencionar que en los grupos se propiciaba la discusión y la reflexión a partir del análisis de un tema en común, el que podía ser un evento ocurrido en la semana dentro de la colonia, una noticia de la localidad o algún problema que les inquietara.

En las distintas grupalidades que existieron en la historia reseñada, fueran comunidades de base o grupos de teatro, cooperativas o grupos de jóvenes, siempre se partía del análisis de la realidad social, se continuaba con espacios de reflexión colectiva y se terminaba con la planeación de acciones colectivas.

Esta forma de trabajar coincide con la propuesta metodológica de la investigación- acción, que plantea la importancia de partir siempre de los intereses y necesidades de la comunidad; sostiene que los temas abordados refieren a situaciones de la vida cotidiana, las cuales son objeto de reflexión y análisis con la finalidad de transformar la situación-problema. Existe una estrecha relación entre la investigación y la práctica; entre la acción y la reflexión.

La investigación acción participativa tiene como intención última que las personas se conviertan en los principales agentes de cambio. A decir de Pablo, un fundador del proyecto que fue entrevistado: «reflexionar las acciones realizadas, es decir, lo que se hizo y cómo se hizo, permite valorar y mejorar las formas de actuar».

Figura 2. Esquema que ilustra la formación para la acción social transformadora



Fuente: Elaboración propia, con base en Gómez 2015.

Para promover la participación y difundir el trabajo, se idearon actividades para comunicar al conjunto de la comunidad los resultados del análisis sobre la realidad que se llevaba a cabo en las diversas grupalidades. Por ejemplo, se realizaron obras de teatro y cuadros plásticos que presentaban las problemáticas más acuciosas de la colonia, así como las coyunturas políticas, económicas y sociales. También, se crearon otras modalidades de comunicación, como medios impresos, audiovisuales y escénicos.

Durante el proceso de intervención se partió del análisis de la realidad para generar la reflexión y planear las acciones. Como resultado del análisis participativo de realidad, a decir de las personas entrevistadas, se fue teniendo un mayor conocimiento sobre las problemáticas de los niños y niñas, las personas jóvenes y adultas, lo cual favoreció la implementación de actividades para atender sus necesidades, tal fue el caso del proyecto de alfabetización, de rezago escolar, de escrituración, etc.

Parafraseando a Lamata Cotanda (2003), las acciones educativas deben de partir del análisis de la realidad, de las necesidades e intereses de las personas para generar los temas de reflexión, las actividades de reivindicación y los espacios formativos.

6.2 Formación pastoral

A decir de las personas entrevistadas, el trabajo pastoral no se reducía a las prácticas religiosas, ya que se intencionaba: «la formación espiritual puesta en hechos». Coinciden las personas entrevistadas en que la forma en que se llevaban a cabo las festividades y las celebraciones religiosas «rompieron los esquemas tradicionales». Por ejemplo, en el caso de las misas, no se celebraban exclusivamente en el templo, sino que, la mayoría de las veces, se realizaban en los barrios, en las calles y en las casas; el orgullo de la comunidad eran las «misas de barrio».

El supuesto de esta «manera de hacer iglesia» hace referencia a mantener la cercanía con las personas participantes y fomentar el sentido de comunidad y de solidaridad. Después de las celebraciones eucarísticas se propiciaba la convivencia entre quienes asistían a través de la organización de otras actividades no pastorales junto con la celebración eucarística, como festivales artísticos, por ejemplo. La mayoría de las veces se terminaban los eventos con un espacio en que se compartía la comida que cada quien llevaba.

Como se mencionó con anterioridad, las CEB fueron el centro de los procesos organizativo-políticos en la localidad. En palabras del padre Juan, «de lo que se trataba era de hacer otra lectura del evangelio, como una iluminación de esperanza». Una de las principales herramientas pedagógicas implementadas para el impulso del trabajo pastoral fueron los llamados «morrales», que consistían en unas bolsas hechas de tela que se colgaban del hombro y que eran un elemento identitario de pertenencia que tenían todos los integrantes de las CEB.

En «los morrales» se guardaban los textos que se les entregaba semana a semana para trabajar en los grupos. Dichos textos incluían un problema de la realidad y un recorte de Biblia acompañado por preguntas de reflexión. Este material era igual para todos los grupos. Remedios, una religiosa de María Inmaculada, menciona que este proceder «iba construyendo comunidad».

Cada grupo tenía su persona coordinadora, había reuniones de coordinadores donde se vivenciaba el trabajo de cada semana, el cual era multiplicado en sus zonas barriales. Así lo refiere Lola, una coordinadora de un grupo: «el clima de trabajo que se intencionaba era de respeto, escucha y apoyo, lo que permitió que se conformara una comunidad de crecimiento con lazos de compañerismo y de solidaridad».

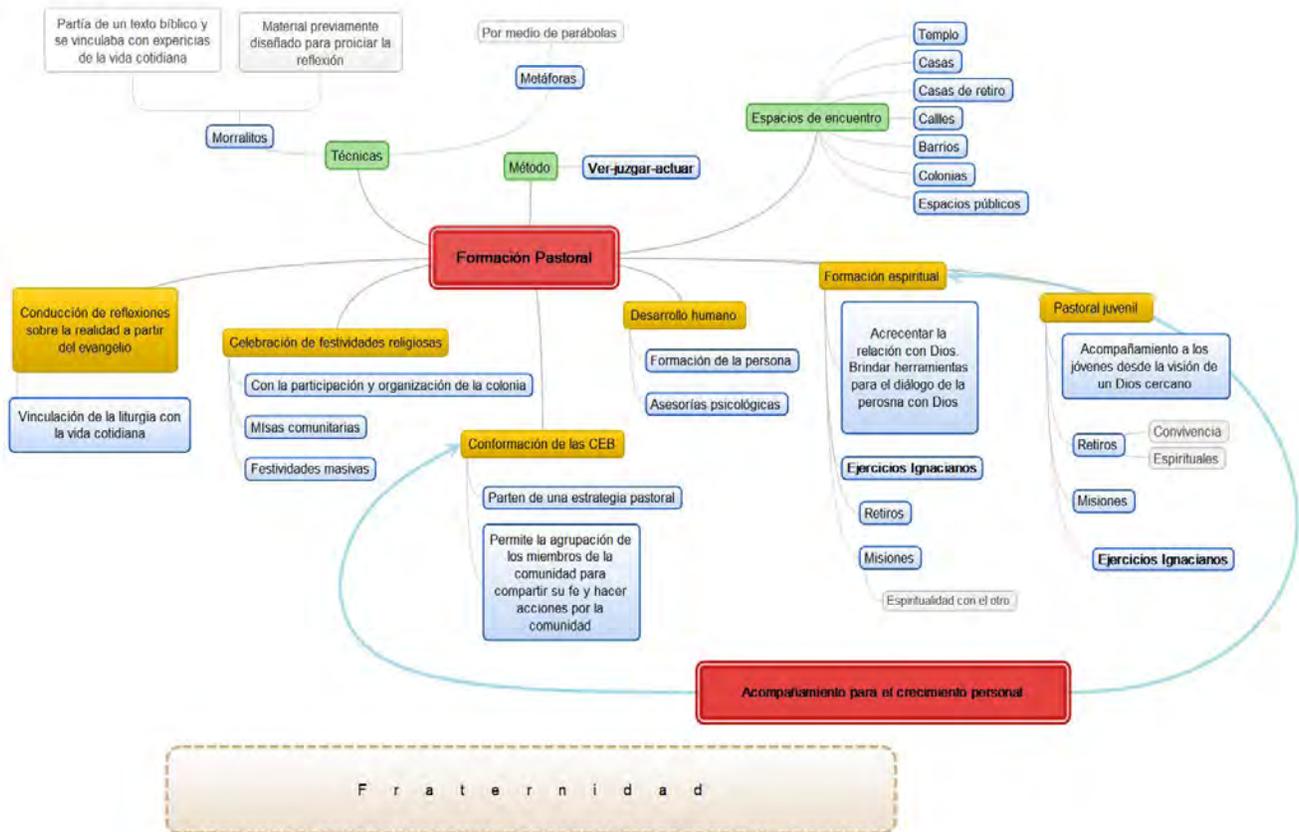
Dentro del trabajo pastoral, se realizaban talleres de crecimiento personal, ejercicios espirituales y retiros. Se incorporaron también grupos de meditación-reflexión, la cual se realizaba diariamente de manera personal y después se reunían para compartir grupalmente, cada semana, el producto del trabajo individual.

El trabajo pastoral convocó a personas adultas, jóvenes, niñas y niños de la colonia. Así lo enuncia Genaro, sacerdote diocesano: «le poníamos creatividad para inventar actividades tomando en cuenta sus características e intereses de cada población». Con las personas jóvenes, se realizaron retiros espirituales que propiciaban la convivencia y el fortalecimiento espiritual, a partir de la propuesta de los ejercicios ignacianos, con la intención de formar liderazgos. El trabajo pastoral con personas jóvenes tuvo como particularidad la inclusión de obras de teatro, música y acciones diversas, tal como la rehabilitación del parque público.

Los ejercicios espirituales se conciben de la siguiente forma:

El modo de examinar la conciencia, de meditar, de contemplar, de orar vocal y mentalmente. Porque así como el pasear, caminar y correr son ejercicios corporales, de la misma manera todo modo de preparar y disponer el alma para quitar de sí todas las afecciones desordenadas, y después de quitadas buscar y hallar la voluntad divina en la disposición de su vida para la salud del alma (Iglesias 1996, 9).

Figura 3. Esquema sobre la formación pastoral



Fuente: Elaboración propia, con base en Gómez 2015.

6.3 Formación para el desarrollo personal

La experiencia de Lomas de Polanco también recibió la influencia de profesionales del desarrollo humano, del enfoque centrado en la persona, que pusieron un sello particular a la intervención socioeducativa. La intención explícita era favorecer el desarrollo y la dignidad de la persona junto con el trabajo pastoral y político-social. El desarrollo humano, se inscribe en la psicología humanista existencial, parte de la convicción de que la persona es capaz de comprenderse a sí misma y a su contexto y que puede desarrollar habilidades de relación que promueven el crecimiento de sí y de otras personas, a partir de la creación de vínculos de cuidado colectivo.

Uno de los supuestos del trabajo pastoral era que, aunque el centro de la actividad era la grupalidad, se intencionaba el proceso de cada integrante, en palabras de Manuel: «se favorecía el crecimiento personal para que aflorara lo mejor de sí». En las narrativas de las personas entrevistadas, se afirma que al mismo tiempo que se fomentaba el desarrollo de la consciencia crítica de su realidad, también se intencionaba la conciencia sobre sí mismas, lo cual, a su decir, influía en la vida del grupo. El fin era hacer confluir el desarrollo personal y el social.

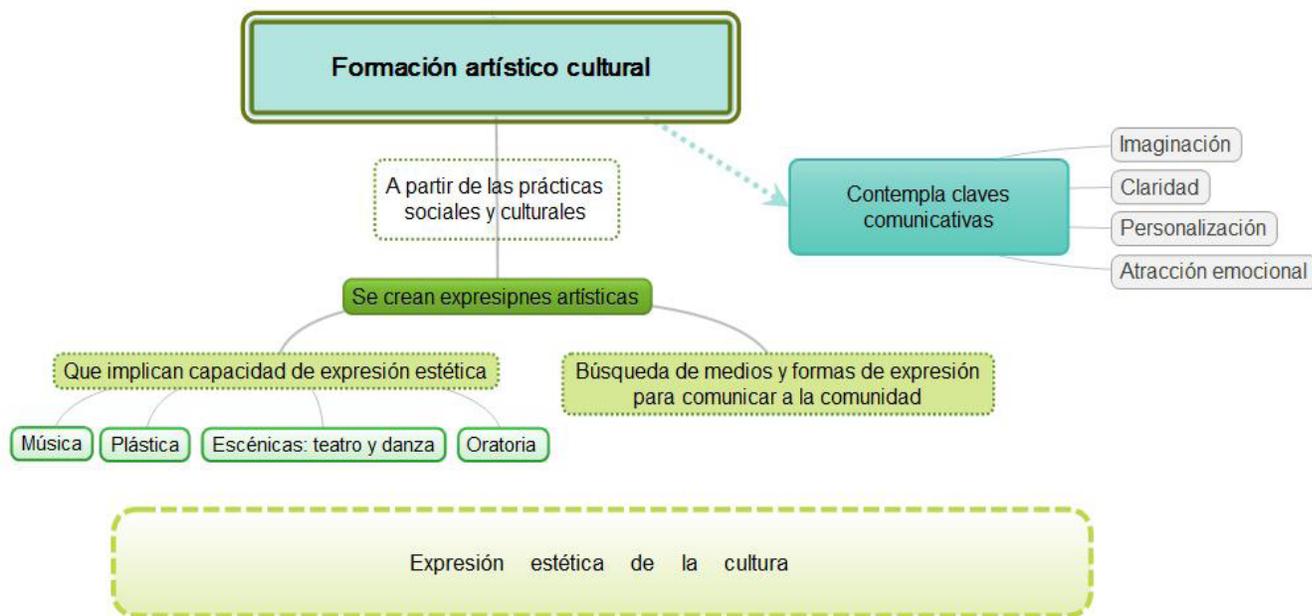
Lo anterior, se inscribe en los principios del modelo de desarrollo humano, que tiene que ver con el enfoque «centrado en la persona», el cual considera que el individuo tiene los recursos para transformar su propia vida y su entorno. De acuerdo con Lamata Cotanda (2003), integrar estos dos elementos en la relación personal favorece que la persona se sienta apreciada, escuchada, no juzgada; esto permite que se sienta aceptada por ella misma. Otro de los supuestos es que las personas son más reales y auténticas cuando son protagonistas de su propio crecimiento y desarrollo personal. Un elemento importante para el logro educativo fue, adicionalmente, «la relación de ayuda» como clave de transformación.

6.4 Formación artístico cultural

La inclusión de la dimensión artístico-cultural, como detonante organizativo ligado al trabajo pastoral, fue un sello particular en la experiencia referida. Sobresalen los talleres de formación artísticos y la inclusión de obras de teatro, música y plástica en los eventos políticos y pastorales. Expertos en diversas artes formaron parte de las personas laicas comprometidas que arribaron a la colonia y fueron haciendo confluencia con los proyectos globales comunitarios. La colonia fue semillero de artistas en el campo musical, en la escultura, en el canto y en el baile.

Lo artístico-cultural, según las personas entrevistadas, favoreció la cohesión de la comunidad y el ambiente festivo. Este ámbito mantuvo una sinergia especial con los procesos de comunicación y concientización en torno a las necesidades de la organización. En la actualidad, los festivales de Lomas de Polanco siguen vigentes y mantienen el sello festivo, comunitario y de promoción de procesos de concientización sobre la realidad social; mantienen una amplia convocatoria.

Figura 4. Formación artístico cultural



Fuente: Elaboración propia, con base en Gómez 2015.

Finalmente, de acuerdo con el planteamiento con el que Lamata Cotanda (2003) define a la educación no formal, consideramos que todos los procesos educativos generados en la localidad abordada, contemplaron las variables de la realidad (económicas, culturales, sociales, políticas, ideológicas y personales) que configuran a los distintos grupos y comunidades y que no eran cubiertas por otra institución. Las acciones llevaron a la dinamización social, entendida como «la capacidad de tomar decisiones, la autonomía personal y colectiva, la auto organización y el desarrollo de efectos multiplicadores» (Lamata Cotanda 2003, 48). Esta integró los distintos campos formativos que ejercen influencia sobre diferentes personas, familias y grupos.

Se presume que una persona educadora popular tiene como centro de su actividad facilitar el aprendizaje acercando los medios para que el grupo genere sus propias soluciones, en este sentido, acompaña y propicia procesos que favorecen la cohesión, la concientización, la colaboración y la transformación de los sujetos para «mejorar sus condiciones de vida y abonar al bien común», así lo mencionan las personas entrevistadas.

7. Atributos y procesos de la intervención social y educativa

Las personas entrevistadas le confieren una serie de atributos a la intervención socioeducativa:

- Horizontal. Hacen referencia a la igualdad en las relaciones y la comunicación; hablan de objetivos comunes y de compartir responsabilidades.
- Popular-liberadora. Se refieren a la importancia de problematizar la realidad y generar procesos de concientización. Hacen énfasis en que los agentes de transformación fueron los propios habitantes de la colonia.
- Participativa. Aluden que participar significa ser parte y que fue inseparable de la concientización para favorecer procesos de transformación.
- Humanista. Refieren la importancia que tuvo impulsar el desarrollo personal, desde el autoconocimiento, el crecimiento, la toma de decisiones y facilitar el desarrollo de las capacidades personales para el logro de la autorrealización.
- Comunitaria. A este atributo le colocan como base y fin del proceso, desde el sentido de lo común (los problemas, los anhelos y la participación), las relaciones y la pertenencia.

En relación con los procesos, el trabajo comunitario tuvo diferentes momentos y, aunque no se programaron explícitamente, ni fueron lineales, estuvieron presentes y propiciaron procesos de organización y acción social desde las mismas personas habitantes de las colonias. Se inició con comunidades eclesiales de base y se fueron fortaleciendo procesos organizativo-políticos; el eje transversal fue la conformación de la comunidad. Cinco son los procesos que más se mencionaron por parte de las personas entrevistadas son los siguientes:

- Inserción
 - Concientización
 - Seguimiento
 - Promoción de la organización
 - Construcción de alianzas
- Seguidamente comentamos cada uno.

7.1 Inserción

Consistió en reconocer el lugar y a las personas con el fin de observar cómo vivían y cómo eran sus interacciones. Parafraseando a Nirenberg (2005), se trata de reconocer los elementos de la realidad para tener conocimiento de la problemática sentida por la población para el desarrollo del proyecto. Un ejemplo de ello fue que las personas educadoras salían a caminar por la colonia, visitaban a las familias, asistían a los espacios en los que se reunían las personas, tales como los parques, las esquinas o las casas. Así lo recuerda Javier, «hacerse presentes nos permitió conocer de manera cercana la realidad de los habitantes de la colonia: la falta de servicios, sus interacciones y las condiciones de vivienda, así como irnos involucrando con ellos facilitando la confianza».

Como hemos mencionado, fueron muchos los que llegaron a Lomas de Polanco con diversas estrategias de inserción, por ejemplo, las religiosas de María Reparadora se instalaron a vivir en la zona más pobre y carente de servicios. Otros actores venían diariamente a la colonia. Incluso, la manera de insertarse de los diferentes sacerdotes tenía matices, Julián jugaba fútbol, Pablo se sentaba con los adictos en las esquinas, Juan se insertaba en los barrios a través de misas comunitarias para «concientizar». Los de los partidos políticos llegaron con campañas e invitación a la militancia. La inserción implica también la capacidad de la persona educadora de llegar a ser parte de la comunidad y ser confiable para implementar acciones conjuntas.

7.2 Concientización

Enrique Gutiérrez (1985) entiende la concientización como la desnaturalización de la problemática social, para asumirla como producto de la injusticia social. Para el autor, la concientización tiene que ver con la toma de consciencia en torno a las situaciones estructurales de injusticia que incluye el cambio de estructuras mentales.

Uno de los elementos clave para detonar y guiar el trabajo fue partir del reconocimiento, desde los mismos actores, de su realidad. Para ello, se crearon espacios de encuentro en los que se revisaba material que propiciaba el diálogo y el análisis. Los temas generadores se elaboraban a partir de las problemáticas particulares y sociales de la comunidad.

La concientización fue un proceso que promovían todas las personas educadoras desde diferente enfoque: la lectura del evangelio para la liberación de las personas en condición de pobreza, el análisis de realidad para organizarse, el análisis estructural para militar, el autoconocimiento desde el desarrollo humano para vivir con más dignidad, temas

generadores desde la educación popular, las obras de teatro con contenido político, etc. El incluir la concientización como constitutivo central de una intervención social le da su carácter de educativo, ya que se intencionan procesos de formación y transformación.

Una característica *sui generis* de la experiencia de Lomas de Polanco fue que educadores y dirigentes participaban previamente en los procesos de formación que iban a reproducir en los diferentes grupos y colectivos, en mayor o menor medida, en el equipo coordinador de las CEB, era un mecanismo cotidiano.

7.3 Seguimiento

En este punto, se habla de acompañar a los grupos y a sus coordinaciones, así como a las personas dirigentes. Se alude a que, en términos generales, se recuperaban las emociones, las dificultades, los errores y los aprendizajes; se retomaban los resultados para volver a planear y realizar ajustes. En este rubro, encontramos menos formalidad y más lirismo, sobresale la reflexividad cotidiana a manera de diálogo. Quienes mantenían más rigurosidad en la planeación y evaluación fue el equipo correspondiente a las CEB, así como las organizaciones políticas que se conformaron, era como un trabajo en cascada.

Uno de los mecanismos utilizado para mantener constante contacto con las personas miembro de los diferentes grupos de trabajo fueron las reuniones. En ellas, se recuperaban los sucesos y se planteaban nuevas actividades: qué hacer, cómo hacerlo, con quiénes y cómo organizarse, entre otras cosas.

7.4 Fortalecimiento de la estructura organizativa

La mayoría de las personas entrevistadas coincide en que un logro en el trabajo en Lomas de Polanco es que se retomaron las formas en las que ya se organizaban cotidianamente las personas para identificar liderazgos, roles, formas de convocar y participar. Se promovió la participación de todos los miembros y, cuando se requirió, se asumieron tareas de acuerdo con las habilidades, intereses y disponibilidad de las personas.

Todas las personas entrevistadas coincidieron en la importancia de promover procesos organizativos. En este punto, había discrepancias en las posturas políticas y el nivel de participación político que se promovía; también localizamos diferencias en las figuras organizativas: algunos ponían más énfasis en los pequeños grupos, otros en el barrio, unos más en lo comunitario, o en la organización local o regional, o en los proyectos. En no pocas

ocasiones se contraponían los intereses y posturas sobre los alcances organizativo-políticos. Esto siempre fue un punto de tensión.

7.5 Construcción de alianzas

La experiencia que ahora narramos tuvo como sello la apertura para unir esfuerzos, optimizar recursos y aprovechar las habilidades de los demás. En el transcurrir del trabajo entre los colonos, conocieron a otros grupos y organizaciones que luchaban por causas afines. Así lo dice Cuquita, «fuimos a conocer otros grupos para hacer relaciones, estar más fuertes y aprender de otras experiencias».

Lomas de Polanco fungió como lugar de referencia importante tanto del movimiento del clero progresista, para los movimientos sociales de la época, para las asociaciones de educación popular, como para los centros e instituciones educativas que tenían como intención ofrecer servicios profesionales para poblaciones en condición de vulnerabilidad. Se establecieron múltiples alianzas, de diverso nivel con organizaciones, universidades y agrupaciones locales, regionales y nacionales.

Al interior de la comunidad, la confluencia de agentes externos y sus distintas propuestas fomentó una amplia convocatoria a los distintos sectores de la comunidad, así lo menciona Lourdes, «había actividades para todos, para niños, para gente de iglesia, políticos, artísticos, deportivos...».

8. El educador y la educadora de Lomas de Polanco

El deseo de hacer algo por los más necesitados, enmarcado en el llamado compromiso social, son características distintivas de los actores que fungieron como fundadores y dirigentes de la experiencia en Lomas de Polanco. Todas ellas y ellos, facilitadores de procesos educativos.

A partir de algunas de las narrativas de fundadores y dirigentes, se han recuperado las características que le confieren a un educador o educadora popular. En algunas de las entrevistas, uno de los educadores comentó que, ante una realidad compleja y cambiante, ello les implicó mantenerse con una actitud de apertura y con disposición al cambio, particularmente cuando se necesitaba redirigir las acciones, además ser sensible y dejarse impactar por la realidad, tanto del entorno como de cada uno de los sujetos.

Las personas entrevistadas, de una u otra manera, ponen énfasis en que es importante que la comunidad reconozca y legitime su participación como alguien con autoridad moral. Aunado a esto, la habilidad de mantenerse cautelosos para dejar el protagonismo y dejar que las personas sean quienes sostengan la permanencia de los procesos organizativos y de transformación social.

También, vieron como relevante la constante autoreflexión sobre sus acciones, sus emociones, aprendizajes y errores. Dice Omar que «un proceso de reflexión- acción personal».

Enlistamos las diez actividades del educador y educadora de Lomas de Polanco, que fueron más enunciadas:

1. Conocer a la comunidad, con recorridos por la colonia y visitas a las familias para saber de manera directa cómo vivían y sus características.
2. Estar presente en las actividades de la vida cotidiana de las personas. Conocerlas y establecer relaciones estrechas. Así lo menciona un jesuita, que fue quien vivió más años en la colonia: «fue inevitable no entablar una relación personal con las personas y ser ajeno a la vida de los demás, en ese sentido fue insoslayable dejarse tocar».
3. Tomar conciencia de la realidad y descubrir la responsabilidad que implicaba la acción y el silencio.
4. Involucrarse con los grupos en las actividades que se realizaban: en la vida cotidiana, en reuniones de trabajo, de convivencia y las políticas.
5. Generar material detonante de la reflexión en el trabajo con los grupos y guiar la planeación de las acciones.
6. Acompañar las actividades organizadas por la comunidad.
7. Convocar a reuniones a los líderes de las CEB, acompañar el trabajo de los representantes, recuperar sus experiencias y apoyar en los temas que ellos replicarían en sus comunidades.
8. Brindar apoyo en los procesos de gestión que realizaba la comunidad, por ejemplo, en la lucha por los servicios.
9. Propiciar espacios y condiciones para abordar temas importantes para las personas y brindar herramientas que les permitieran profundizar en su conocimiento personal y espiritual.
10. Diseñar talleres de análisis de realidad y formación de líderes.

Se le atribuye a una persona educadora popular una serie de cualidades: servicial, comprometida, solidaria, sensible a la realidad, reflexiva y abierta.

Se presume que una persona educadora popular tiene como centro de su actividad facilitar el aprendizaje, acercando los medios para que el grupo genere sus propias soluciones. En este sentido, acompaña y propicia procesos que favorecen la cohesión, la concientización, la colaboración y la transformación de los sujetos para la construcción del bien común.

9. Conclusiones

La intervención socioeducativa requiere considerar estrategias de conjunto, pues de la vida de las personas no se derivan situaciones, dinamismos, espacios y relaciones aisladas y fragmentadas. Para analizar y transformar la realidad, se debe abordar a la persona y a la comunidad en su conjunto. Ese es uno de los aportes importantes de la experiencia aludida: la atención a diversas esferas de la vida, la personal, la espiritual, la social-política, la educativa y la estética.

Lugares como la calle, el templo, la casa, el parque y otros, así como situaciones de la vida cotidiana, fueron los espacios privilegiados para los proyectos socioeducativos, desde donde se transformó el territorio y las vidas de las personas participantes.

Las experiencias de vida fungieron como un recurso pedagógico importante para detonar procesos de transformación atravesados por una conciencia crítica, la participación comunitaria, el compromiso, la apuesta por el potencial humano y el crecimiento espiritual.

Para lograr la mejora de las condiciones sociales, culturales y humanas, es fundamental trabajar desde la base, lo que requiere promover la participación de las personas y los grupos como un elemento fundamental para los procesos de transformación social. La persona educadora debe considerar el dinamismo propio de la realidad y por ello, mantenerse en flexibilidad y coherencia, y en el respeto de los procesos de las personas.

Finalmente agregamos que la intervención socioeducativa es un proceso dinámico, que tiene como constitutivos nucleares a las personas, a sus entornos de vida y a una interacción personal que se caracteriza por el involucramiento y la participación colaborativa. Además, incorpora diversos recursos y los pone en juego en una particular manera de intervenir, que en este caso, fue articulada mediante la propuesta de las comunidades eclesiales de base y la confluencia de múltiples agentes externos que formaron dirigentes y favorecieron diferenciales organizativos, políticos y comunitarios.

También tuvieron como centro la dimensión pastoral, de la cual se derivó la conformación de la comunidad, la construcción de una nueva manera de ser iglesia y la mejora de las condiciones de vida de las personas habitantes de la colonia. Dicho por Jacinto, entrevistado, «Abonar a la integralidad de la persona requiere considerar su dimensión afectiva, cognitiva, social y espiritual».

Referencias bibliográficas

- Ayuso, A. 2000. «La intervención socioeducativa en el tratamiento penitenciario». *Pedagogía social: revista interuniversitaria* 6: 73-99.
- Boff, L. 1984. *Eclesiogénesis: Las comunidades eclesiales de base reinventan la Iglesia*. Cantabria: Sal Terrae.
- Boff, L. (2009, mayo 6). Teología de la Liberación. *Aporrea*. <https://www.aporrea.org/actualidad/a77312.html>
- Caride, J. A. 2005. *Las fronteras de la pedagogía social: Perspectivas científica e histórica*. Barcelona: Gedisa ed.
- Celam (Conferencia del Episcopado Latinoamericano). 1968. «II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano». Medellín, Colombia.
- Fernández Solís, J. y A Castillo Sanz. 2010. *La Educación de Calle: Trabajo Socioeducativo en Medio Abierto*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.
- Floristán Samanes, C. 1998. *Teología práctica: Teoría y praxis de la acción pastoral*. Salamanca: Ed. Sigueme.
- Freire, P. 1979. *Pedagogía del oprimido*. Lugar: Siglo XXI.
- Gómez Gómez, Elba. Noemí. 2015. *Agentes y lazos sociales: La experiencia de volverse comunidad*. (1.ª ed.), 25-50. Jalisco: ITESO. <http://hdl.handle.net/11117/3001>

- Gómez, Elba. Noemí., y Alatorre, Felipe. 2014. «La intervención socioeducativa. Cuando se juega en la cancha del otro». *Sinéctica* 43: 01-17. <https://www.scielo.org.mx/pdf/sine/n43/n43a2.pdf>
- Gómez Gómez, Elba. Noemí., H. Salguero, S. Cervantes Rodríguez y A Sánchez Antillón. 2015. «Las comunidades eclesiales de base. Agentes en el proceso de movilidad social de los sectores populares». En *Agentes y lazos sociales: La experiencia de volverse comunidad*, editado por Elba. Noemí., Gómez Gómez, (1.ª ed.), 25-50. Jalisco: ITESO. <http://hdl.handle.net/11117/3001>
- Hernández García, D. 2000. *Carlos de la Torre, SJ. Apóstol social*. Torreón: Centro de Información y Acción Social.
- Iglesias, M. 1996. *Ejercicios Espirituales de San Ignacio de Loyola*. Ciudad de México: Obra Nacional de la Buena Prensa.
- Iriarte, G. 2006. «¿Qué es una comunidad eclesial de base?» *Redes Cristianas*. <http://www.redescristianas.net/%C2%BFque-es-una-comunidad-eclesial-de-base-gregorio-iriarte/>
- Lamata Cotanda, R. 2003. Guía síntesis para la construcción de procesos formativosormativos. En *La construcción de procesos formativos en educación no formal*, editado por R. Domínguez Aranda y R. Lamata Cotanda, 257-269. Madrid: Narcea Ediciones.
- López Herrerías, J. A. 2000. *Paradigmas y métodos pedagógicos para la educación social: La praxis pedagógica en educación social*. Valencia: Nau llibres.
- Núñez, C. 1985. *Educación para transformar, transformar para educar*. Guadalajara: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario. <https://books.google.com.mx/books?id=cMU-QAAAAYAAJ>
- Pérez-Campanero Atanasio, M. P. (1991). *Cómo detectar las necesidades de intervención socioeducativa (3ª ed.)* (Vol. 21). Madrid: Narcea Ediciones.

- Pieck Gochicoa, E. 1996. *Función social y significado de la educación comunitaria: Una sociología de la educación no formal* (1. ed). Colegio Mexiquense: UNICEF, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia-México.
- Ramírez Saíz, J. M. 1996. *¿Qué es un movimiento social? Teorías y metodologías para su estudio*. Jalisco: Universidad de Guadalajara.
- Rendón Monzón, J. J. 2003. *La comunalidad: Modo de vida en los pueblos indios* (Vol. 1). México D.F.: CONACULTA, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Dirección General de Culturas Populares e Indígenas.
- Roselló Nadal, E. 1998. «Reflexiones sobre la intervención del trabajador social en el contexto educativo». *Alternativas. Cuadernos de Trabajo Social* 6: 233. <https://doi.org/10.14198/ALTERN1998.6.11>
- Sáez Carreras, J. 1993. «La Intervención Socioeducativa: Entre el mito y la realidad». *Pedagogía social: revista interuniversitaria* 8: 86-106.
- Salguero, H. 2013. *La mediación pedagógica en un proyecto pastoral. Caso Lomas de Polanco*. Tesis doctoral. Universidad La Salle Noroeste.

Comunidad como público:

una provocación preposicional

*Laura Nayara Pimenta
y Márcio Simeone Henriques*

1. Introducción

Cuando la editora de este libro, desde el programa de investigación denominado Procesos de Comunicación y Organización, nos invitó a escribir sobre la comunicación y sus interfaces con las comunidades, inmediatamente comenzamos a pensar en los desafíos de este tema y cómo abordarlo desde una perspectiva distinta, para que contribuya al estado del arte. Nuestras experiencias en/con la extensión universitaria y con la comunicación en este contexto comunitario y popular nos brindan algunas herramientas importantes para hacer una discusión basada en la praxis, la práctica diaria, la experiencia y el conocimiento de la interacción entre las organizaciones y sus llamados públicos comunitarios. Además, las lecturas latinoamericanas sobre este tipo de comunicación (Vizer y Martín-Barbero 2003; Martín-Barbero y Gautier 2002; Martín-Barbero 2010; Bordenave 1976; Bordenave 1989) son siempre fuente de inspiración para nuestras reflexiones, principalmente porque contemplan una perspectiva crítica, popular y multicultural, con foco en las personas.

Las perspectivas brasileña y latinoamericana de la extensión universitaria abogan por un tipo de relación dialógica que se da *con* las comunidades, o sea, en un intenso proceso de comunicación (Freire 2015). Esta aproximación, entre extensión y comunicación, obviamente tiene fundamentales implicaciones epistemológicas. Por ello, es necesario reflexionar con mayor profundidad sobre en qué consiste la comunicación dentro de la comunidad, en sus diversas dimensiones, ya que se depositan diferentes miradas sobre este ente rutinariamente llamado «comunidad», así como diferentes prácticas y, también, sobre la forma como se constituyen – ya sea como base común de experiencias y solidaridades, o como público, visto y proyectado por instituciones, organizaciones y otros públicos—. Por eso podemos decir que «comunidad» es un sentido en disputa en un vasto campo de prácticas relacionales y los diversos proyectos extensionistas participan de estas disputas, con todas sus contradicciones y formas de influencia.

En primer lugar, es necesario señalar que la noción de comunidad no es unívoca. Es un concepto cargado con múltiples significaciones, sin duda. Como hemos observado, a través de la práctica en la extensión universitaria, la comunidad parece ser algo que se busca y se construye constantemente, lo que suscita numerosos interrogantes en el contexto de sociedades complejas que organizan la vida colectiva de múltiples formas y bajo la mediación de numerosos factores (Henriques 2012). Sea como sea, las definiciones se aplican a las comunidades, según criterios de interés y conveniencia y son pensadas como tipos ideales de sociabilidad y acción/

transformación social. De esta forma, unificar las definiciones bajo una perspectiva común se convierte en una tarea no solo difícil, sino de escaso resultado práctico.

El hecho es que las comunidades representan formas colectivas de producción de una vida en común, por lo que son modalidades de experiencia, pero también son vistas y tomadas como *públicos* para instituciones y organizaciones de todo tipo (Henriques 2014); es algo así como una unidad que se vuelve conveniente en los procesos de relación. En todo caso, se esperan ciertos comportamientos de la unidad común así reconocida, tanto como se desea inmiscuirse en los posibles dominios de acción y actitudes de las personas que la integran. Vistas así, las comunidades son ejes importantes de la vida social y de las experiencias de sujetos y públicos y, por tanto, de la vida pública.

Más importante que definir qué es la comunidad y objetivarla dentro de límites bien definidos, es tratar de comprender la naturaleza de las relaciones que se entablan dentro de ella y, también, externamente, con otros públicos. Ambos invitan a la reflexión por su carácter inestable y ambiguo. Además, es importante mirar las relaciones de poder que se establecen en este contexto. Pensando en esta dinámica relacional, la noción de comunidad como público nos parece interesante para desvelar los matices de dichas relaciones.

Partiendo de la idea de públicos de John Dewey (1954), según la cual estas entidades se constituyen a través de la afectación de un grupo de personas por la acción de otros, dando consecuencias públicas a los actos, en principio, privados, pensar en la comunidad como un público implica comprender cómo un conjunto de personas se ven afectadas por un problema común y cómo se expresan y actúan públicamente por aquello que definen como un interés compartido. Es así como en principio, todo público, al constituirse en una unidad, para sí mismo y para algún otro, forma una determinada comunidad de intereses.

Sin embargo, el sentido de comunidad aplicado a este grupo de sujetos constituirá la fuerte figuración de comunidad que se asienta sobre lazos de pertenencia, lealtades y solidaridades más significativas. Así, entre los diversos tipos y niveles de vínculos, el que tendemos a llamar –con mayor propiedad– «comunidad» conlleva expectativas de sociabilidad y de compartir experiencias más fuertes con lazos duraderos. No en vano, desde un punto de vista convencional, la noción de comunidad sigue estando íntimamente ligada a la convivencia en un territorio común, a lazos vecinales y culturalmente basados en tradiciones.

Tendemos a reconocer, entonces, en las comunidades, una fuerza de acción que corresponde a la percepción de estos lazos como factores de cohesión que se extienden en el

tiempo y que delimitan territorios físicos y simbólicos de vida en común. Cuando destacamos esta unidad como forma de vida y como campo de experiencias colectivas, la asumimos también como *campo de prácticas*. Así, el reconocimiento y denominación de una comunidad está dado fundamentalmente por lo que hacen sus miembros, por la forma en que organizan sus prácticas cotidianas, coordinan sus acciones, establecen sus lealtades inscritas en sus formas de compartir.

Por eso, se pone mucha esperanza en las prácticas comunitarias y en las estructuras que se forman a partir de ellas. Las comunidades también representan apuestas por formas de vida diferentes y no hegemónicas, por modos de resistencia y por una determinada ética colectiva. En esta perspectiva, una comunidad es vista como una «singularidad colectivizada» (Stella 2019), es decir, un sujeto político colectivo formado por sujetos singulares con potencial para actuar colectivamente, no definida ni cristalizada en una identidad territorial (Santos y Sawaia 2016).

Es un hecho que las comunidades no se constituyen solo para sí mismas, se afirman públicamente como tales, reclaman reconocimiento como público, en tanto sujetos colectivos que sufren y actúan en sus relaciones con organizaciones, instituciones y otros públicos. Así considerados, debemos asumir que son agrupaciones vistas como comunidades *para alguien*: ya sea para sus propios miembros o para otras entidades sociales, incluidas otras comunidades, en el contexto de relaciones que se dan en el espacio público y son allí reconocibles. Se toman, también, como unidades claramente identificadas sobre las que organizaciones, instituciones y otros públicos proyectan sus intereses y hacia las que dirigen sus mensajes y acciones.

No sin motivo, por tanto, aparecen como nomenclatura para determinados públicos que se identifican y mapean en los procesos comunicativos de relaciones públicas. Por supuesto, hay muchas divergencias en la forma en que los diferentes actores sociales consideran a las comunidades en su campo relacional; aplican diversas comprensiones y valores según su situación y sus intereses. Asimismo, las propuestas de actuación con las comunidades varían según provengan de los poderes públicos, del mercado o de la sociedad civil. De esta manera, una misma formación comunitaria puede representar diferentes públicos para quienes proyectan en ella sus intereses.

Bajo esta caracterización de la comunidad como público, proponemos este capítulo como una provocación, para abordar las formas en que se da la comunicación *en-desde-para* y con las comunidades. Cada una de estas preposiciones sugiere formas constitutivas de comunicación

en el establecimiento de interacciones complejas, que suceden tanto en la dinámica interna de estas entidades comunitarias como en su lógica de relaciones comunicacionales con otros públicos y actores.

En términos gramaticales, las preposiciones son conectores que establecen la relación entre dos elementos de una oración. Cada una de estas cuatro preposiciones indica distintos campos de relación que involucran a las comunidades, sugiriendo, por tanto, distintos lazos y sus diferentes modos de comunicación: los que se establecen *en* la comunidad, *desde* la comunidad, *para* la comunidad y *con* la comunidad. Esta última es, en nuestra concepción, una dimensión integradora de las otras tres y presenta una primacía ética basada en el diálogo. Seguidamente, entonces, buscaremos postular el significado de las comunidades como públicos para luego contemplar estas cuatro dimensiones posibles e intercambiables de la comunicación comunitaria.

2. Las comunidades como públicos

Comunidad tiene un estatus extenso y variado en las ciencias sociales, así como varios significados que se le aplican de modo trivial. Su apropiación práctica y teórica en el campo de la comunicación lleva a proponer una calificación del proceso comunicacional entendido como «comunitario», que suele expresarse en referencia a la comunicación popular o alternativa, enfocada en los principios e intereses de la ciudadanía (Peruzzo 2008), cuyas dinámicas y cuyos medios operan bajo una lógica distinta de la comunicación de masas convencional. Sawaia (1996) observa que la introducción del concepto de comunidad y de un aspecto comunitario en la psicología social constituyó un aparato epistemológico que marca una opción teórica crítica en ese campo, podemos observarlo en otras áreas, como la educación, la salud pública, el trabajo social y también en la comunicación. Así, este enfoque construye una apuesta por la transformación de acciones y relaciones, lo que le otorga un importante significado político.

Además, la comunidad aparece como un ente colectivo de referencia para la comunicación entre instituciones y organizaciones y determinados públicos, siendo recurrente en las prácticas de participación y movilización social. Si bien en la literatura en el campo de las relaciones públicas y la comunicación organizacional, se considera a las comunidades en el conjunto de los públicos como objetos específicos de relación, existen muchos aspectos que desafían una visión simplista y lineal donde todos los asuntos comunitarios pueden tener sentido y ser enfrentados en múltiples dimensiones que involucran tanto su propia constitución –en sí misma

un fenómeno comunicacional– como las complejas formas de interinfluencias que se dan entre estas entidades, otros actores sociales y otros públicos.

Vista como público, una comunidad puede ser problematizada en la forma en que se presenta y se declara públicamente como tal, así como en la forma en que participa en los asuntos públicos y en las controversias sobre cuestiones cruciales de un orden colectivo de afectación.

Para Henriques (2014), cuando tomamos a la comunidad como un público, nos encontramos ante una contradicción entre percibirla como un conjunto general o específico. Como cualquier público, la comunidad no es algo estable o fijo. Sus formas diversificadas de sociabilidad, organización y distribución del poder hacen que constituya un conjunto de públicos plurales, más que una agrupación homogénea. El significado de «público», asociado al de «comunidad», se forma en una dinámica de construcción permanente de significados.

Sin embargo, en un sentido y para fines prácticos, en las relaciones que se establecen entre organizaciones y comunidades, solo cuando una organización delimita arbitrariamente a una comunidad como tal, esta se convierte, de hecho, en un público al que puede dirigir alguna acción específica. Ante eso, la comunidad únicamente puede ser vista como se presenta, en su virtualidad, es decir, un conjunto de personas e instituciones que, potencialmente, reaccionan ante los problemas que les afectan.

Este conjunto, en principio, parece ser difuso; pero, cuando las personas e instituciones que lo componen dejan de verse aisladamente, tienden a agruparse en ese cuerpo mayor que representan –la comunidad– que adquiere así un carácter de forma de asociación más general, objetivada en la visión que la organización construye de ella (Henriques 2012; 2014).

Lo que entra en juego, entonces, es específico de lo que realmente forma un público, en sus definiciones pragmáticas. El tema de la afectación es preponderante en este contexto para definir los contornos de ese segmento que se llamará «comunidad», en torno a la organización. Esto implica reconocer, que: a. existe una afectación –o posibilidad de afectación– sobre este grupo de personas, provocada por la existencia y funcionamiento de las organizaciones; b. quienes son afectados tienden a reaccionar –más o menos organizados– a estos impactos; y c. la repercusión de esta reacción puede ir más allá de los límites del propio vecindario y alcanzar otras esferas más amplias de relación (como instancias formales de deliberación política).

En la literatura de relaciones públicas, encontramos referencia a la comunidad como conjunto de públicos externos y también se la define como una serie de grupos que habitan

el entorno de la organización. En los últimos tiempos, en el contexto de la responsabilidad empresarial socioambiental, esta segunda noción se ha actualizado y significa un desafío mayor. En esta coyuntura, la comunidad tiende a ser vista como un público específico, especialmente definido en términos del alcance de esta estrecha relación (Henriques 2014).

Sin embargo, más allá del ángulo de visión de las organizaciones, lo que materializa la noción de comunidad, en definitiva, son las formas organizativas que pueden representarla y que, todo el tiempo, configuran y reconfiguran la imagen misma de comunidad y un sentido común que necesitan exponer y defender públicamente, a partir de la concreción de sus causas (Henriques 2012). Esto conduce a una noción de comunidad más fluida y heterogénea, que apunta a una diversidad de combinaciones de intereses y valores comunes que posibilitan una mirada de arreglos grupales diferentes, con varios niveles y posibilidades de conexión entre sí.

Es a partir de esta comprensión de la comunidad como público, considerando todos sus matices y complejidades, que nos propusimos reflexionar sobre la comunicación comunitaria y sus diversas dimensiones preposicionales.

3. Dimensiones posibles e intercambiables de la comunicación comunitaria

*Los hombres viven en comunidad
en virtud de las cosas que tienen en común;
y la comunicación es el medio por el cual
llegan a poseer cosas comunes.*

(Dewey 1979, 4)

Cuando decimos que hay algo en común, estamos diciendo que dos o más entidades/ sujetos comparten experiencias, ideas, objetos, sentimientos, en fin, una infinidad de posibilidades. Para Dewey, este compartir, la puesta en común, así como el reconocimiento de cosas en común entre los sujetos, pasa por la comunicación. Según el autor, la comunicación es el proceso de compartir la experiencia para que se convierta en una parte común; ella modifica el estado de ánimo de las partes involucradas en la relación (Dewey 1979).

Según Dewey (1979), los individuos no constituyen un agrupamiento social simplemente porque todos trabajan hacia un fin común. El autor cita el ejemplo de una máquina para explicar esta afirmación: sus partes trabajan juntas para obtener un resultado común, pero no forman una comunidad. Esto sucedería, no obstante, si todas estas partes fueran conscientes del fin

común y estuvieran interesadas en su consecución, regulando cada una su actividad especial, lo que implicaría la comunicación. Cada parte necesitaría saber lo que las demás tienen en mente, además de tener los medios para mantenerlas informadas de su propio propósito y el progreso de su trabajo. Para tal consenso, la comunicación es necesaria.

Convergiendo con este pensamiento, Kaplún (1998) afirma que es a través de la comunicación que los sujetos se relacionan entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria. Sin embargo, Baptista (2000) destaca que no hay comunicación sin que el sujeto se invierta en la voluntad de comprender el lugar del otro.

Muchas veces tendemos a analizar una comunidad o fenómenos comunitarios abstrayendo sus aspectos comunicacionales y, en consecuencia, nos centramos en las identidades y territorios, donde todos sus factores de agregación están predeterminados, creando una visión homogeneizadora. Si adoptamos, en cambio, una visión praxeológica de los públicos, es decir, basada en las acciones de los sujetos, las comunidades como públicos son necesariamente entidades dinámicas, relacionales, que se construyen y afirman en acciones/discursos; es decir, son constituyentes y se constituyen en sí mismas, en los hechos y en las formas en que se declaran como tales.

Entendiendo la importancia de la comunicación tanto en los procesos constitutivos de una comunidad como en el establecimiento de vínculos y relaciones entre esta y otros públicos y actores, en esta sección trabajaremos sus modos, sus dimensiones relacionales y sus interfaces con las comunidades. Las cuatro dimensiones comunicacionales de las que nos ocuparemos aquí –en-desde-para y con– son, en realidad, diferentes facetas de los lazos que se establecen en la comunidad como público y todas juntas constituyen la experiencia comunitaria. Así, no podemos ignorar ninguno de estos vínculos ni atarnos a una sola de las dimensiones. También, debemos considerar que la dimensión «con la comunidad» es integradora de las otras tres. Procedamos entonces a un breve examen de cada una de estas dimensiones.

3.1 En la comunidad

Esta es la dimensión comunicacional constitutiva de la comunidad en sí. Si consideramos las acciones y prácticas comunes entre los sujetos y que derivan de ellas, el sentido de pertenencia y los lazos de lealtad y solidaridad, la comunicación (el acto de hacer común) es su proceso generador. Está formado por interacciones cuyo curso, según Maturana (2002, 20) «constituye un flujo de coordinación de acciones»; es decir, un flujo de comunicación que se convierte en

cooperación. Según el autor, la cooperación es un factor central para la comprensión de este proceso comunicativo porque está en la constitución misma de lo humano, en el fundamento de lo social y en la constitución del lenguaje y se da en las condiciones de las conversaciones de aceptación mutua (Maturana 2002).

Tacussel (1998) ve este proceso menos como algo predefinido, por ejemplo, por la ocupación de un espacio común, y más como un «reparto intersubjetivo del sentido», donde la comunidad comienza «en el reconocimiento de lo similar y lo diferente, de adentro y de afuera, de cerca y de lejos» (Tacussel 1998, 4) donde cada relación entre los sujetos que son miembros de esta comunidad tiene, por tanto, sus límites. Para él, «los límites del vínculo comunitario son espacios de confianza más allá de los cuales ciertas cosas tienen o no sentido» (Tacussel 1998, 5).

Así, la percepción territorial de comunidad tampoco es natural, pues depende de una construcción simbólica que transforma el espacio en territorio (Tuan 1983). Esta construcción engloba, por tanto, la delimitación simbólica del espacio, de las fronteras a las que se refiere Tacussel, lo que también es coherente con la idea de «reparto» presentada por Rancière (2005), que define simultáneamente tanto la inclusión como la exclusión. Así, las prácticas de cooperar y de compartir son fundamentos que crean las posibilidades de afirmación de un grupo como «comunidad», creando un poder simbólico-discursivo para que sea reconocido públicamente. Tal poder, tiende a amalgamarse en un discurso sobre sí mismo, en narrativas coherentes que justifiquen su unidad, que sirvan como una especie de estatuto para este sujeto colectivo emergente.

3.2 Desde la comunidad

La idea anterior de reparto intersubjetivo de significados no solamente denota la construcción de un sentido de sí mismo para uno mismo, así como el sentido de unidad que necesita ser presentado a otros actores sociales o públicos, en una demanda por su reconocimiento como sujeto colectivo. Así como ocurre con un público cualquiera, esta dimensión comunicativa es una afirmación en el espacio público que depende de cómo se expone y de las condiciones para que se dé esa visibilidad. Una comunidad como público depende, entonces, de las condiciones para hacerse pública, no solo de las que se dan, sino de las que es capaz de crear por sí misma.²⁰

²⁰ Sobre esta dinámica de oportunidades y producción de las propias condiciones de publicidad del público, véase Henriques (2012).

Para Peruzzo (2008), la comunicación comunitaria, que ella también identifica como comunicación popular, alternativa o participativa, se caracteriza por procesos comunicativos basados en principios públicos, como promover la participación activa de la población, tener apropiación colectiva y divulgar contenidos con el objetivo de desarrollar la educación, la cultura y la ampliación de la ciudadanía.

Una comunicación comunitaria está ligada tanto a lo que comunica dentro de sí como al exterior y cobra gran importancia en este aspecto, ya que se apropia de recursos y medios para hacerlo. Por ello, en muchas ocasiones cuando se refiere a la comunicación desde la comunidad, el foco de atención suele estar en los llamados medios comunitarios, como alternativa a otros medios donde estas condiciones no suelen darse o a menudo ofrecen escasas y limitadas oportunidades. La cuestión de la voz de la comunidad está directamente ligada a su capacidad de incidir socialmente, de intervenir en la agenda y en el espacio público. Pero, aquí también hay una cuestión de autonomía, es decir, de tener voz propia, sin las mediaciones que están cargadas de otros intereses.

Por eso, son muchos los llamados a que las comunidades tengan voz, se expresen en el espacio público y, así, postulen directamente sus valores e intereses. Se trata de la apropiación mediática que, para Morales y Loyola (2013), refiere a las prácticas a través de las cuales los sujetos, individual o colectivamente, luego de dilucidar críticamente los aspectos económicos, tecnológicos, sociales, discursivos e ideológicos que atraviesan la presencia de los medios y las tecnologías de la información y la comunicación existentes en su vida cotidiana, expresan sus deseos y sus propias necesidades, convicciones e intereses, a través de la creación y uso de nuevos medios y discursos, buscando la autonomía.

El problema de los llamados medios comunitarios está directamente ligado a estas posibilidades de hacer propios los recursos de interacción, es decir, de construir y operar los medios.

La reflexión académica sobre la distribución desigual de los medios y su concentración en América Latina es profusa, sugerimos algunos clásicos para quienes desean información en perspectiva histórica:

Cincuenta años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala y Concentración y convergencia de medios en América Latina son producciones de Martín Becerra y Guillermo Mastrini, dos autoridades de lectura obligatoria para las personas interesadas en este tema

(Disponibles en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=559514> y <http://www.revistaensambles.com.ar/ojs-2.4.1/index.php/ensambles/article/view/62>, respectivamente).

Concentración de medios de comunicación, poder y nuevas legislaciones en América Latina de Gabriel Sosa Plata, publicado en 2016 (Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/325/32543454003.pdf>)

Recomendamos otros textos relativos al contexto costarricense: *De pocas a menos manos. La concentración de medios en Costa Rica entre 1990-2017*, publicado por Óscar Jiménez y Koen Voorend en 2019 (Disponible en: <https://hdl.handle.net/10669/84709>)

La comunicación como derecho: un acercamiento a la legislación costarricense en el contexto de otras legislaciones latinoamericanas, publicado en 2013 por el Anuario de Estudios Centroamericanos (Disponible en: <https://hdl.handle.net/10669/18207>).

Los dueños de la palabra en Costa Rica en un contexto de reforma neoliberal, publicado en 2012 por Francisco Robles y Koen Voorend (Disponible en: <https://hdl.handle.net/10669/79429>).

Además de este desafío de medios y recursos, también está la cuestión de quién habla en nombre de la comunidad y la representa. De esta manera, surgen liderazgos que no solo son capaces de unir audiencias comunitarias en torno a sí mismas, sino también de expresarse públicamente como personas defensoras que hablan en nombre de su comunidad y son capaces de promover articulaciones con instituciones, organizaciones y otros públicos.

La idea de comunicadoras y comunicadores comunitarios no está exclusivamente ligada al manejo especializado de los canales y recursos de comunicación disponibles, exige, además, asumir un rol político de movilización social hacia adentro y hacia afuera. Un ejemplo bien conocido en Brasil es el proyecto *Voz das Comunidades*, en el *Morro do Alemão*, un complejo de favelas en Río de Janeiro, que proyectó a un joven líder, Rene Silva, que surgió como comunicador y activista en una situación crítica para esa comunidad en el 2005 y que viene gestionando, desde entonces, recursos de activismo digital. En su discurso, muestra como el

sentido comunitario se basa en que todo está pensado en la propia comunidad, en función de las necesidades y de la forma de vida local. Él postula la importancia de la voz de la propia comunidad en términos de supervivencia y resistencia: «vivimos y sobrevivimos en medio de este caos que son las favelas. Y, al mismo tiempo, este es un espacio muy potente, un espacio muy caótico y potente» (Faustini 2020, 8).

En esta dimensión, podemos considerar que entra en juego una *comunidad hablante*, que hace resonar su voz más allá de sus límites y trae consigo un sentido de comunidad como subalternidad, es decir, de las posibilidades de habla de las poblaciones subalternas. Independientemente de cómo se dé la representación simbólica de «comunidad», es en esta dirección política que se aprehende públicamente el sentido de comunidad a la hora de marcar formas de vida, organización social y experiencia en realidades de exclusión, como es el caso, por ejemplo, en la afirmación de las periferias. Existen varias experiencias prototípicas de esta dinámica de producción de sentido, como, por ejemplo, el caso de Rádio Favela, en la ciudad de Belo Horizonte (Brasil), con amplio reconocimiento. Su fundador, Misael Avelino, destaca la importancia de la radio en la zona, mostrando cómo abrió las puertas de la favela a la población en general: «ahora viene todo el mundo. Porque aquí todo el mundo es gente. Pero antes no venían» (Prata 2003, 86).

Los ejemplos a los que nos acabamos de referir son notorios, también porque lograron una gran repercusión, incluso en los medios tradicionales y se convirtieron en objeto de un interés más generalizado, inclusive para los estudios académicos. Esto muestra cómo el tema de la mediatización de los públicos comunitarios es mucho más amplio y complejo y da pistas sobre cómo se mezclan las representaciones autónomas y heterónomas de estos públicos. Además, estas representaciones son muy diversas en la construcción de imaginarios sobre la comunidad. No solo se imprimen en las manifestaciones culturales de la propia comunidad, sino también en productos de todo el sistema mediático: películas, series, novelas, libros, reportajes, música, etc. Muchas veces no es posible distinguir entre lo que se dice de la comunidad y lo que se dice desde dentro, ya que las voces tienden a mezclarse. Pero, es un hecho que desde las comunidades emana una disputa de significados e imaginarios sobre la experiencia comunitaria culturalmente situada que se proyecta en el espacio público.

Cabe señalar, sin embargo, que existe una gran tentación de que los diferentes actores sociales hablen por las comunidades. Así sucede con el público, en general, que siempre es susceptible de que otros lo representen o hablen por él, por las más diversas razones

y principios. Este es, sin embargo, un tema mucho más complejo y está más allá del alcance de este texto. Por ahora, nos basta la idea de que una determinada comunidad solo es completa, por tanto, cuando es afirmada y reconocida como tal, dentro y fuera de sus límites. No solo crea interactivamente un discurso y una conciencia de sí misma, sino que lo expande en lo que habla y proyecta comunicativamente para los demás.

3.3 Para la comunidad

Los públicos se forman tanto por una autoconstitución y autoafirmación como por la representación de otros sobre los grupos sociales a los que se dirigen, proyectando intereses y dirigiendo una comunicación que pretende influir en ellos (Henriques 2017). Al tomar a las comunidades como públicos, admitimos que una cierta idea de comunidad también se da en este plano de proyecciones que otros actores (instituciones, organizaciones y otros públicos, como autoridades públicas, empresas, ONG, movimientos de la sociedad civil) hacen sobre segmentos que se pueden enmarcar en un sentido comunitario, conformando así un público. De tal manera, estas organizaciones e instituciones hacen un esfuerzo por hablar *para* las comunidades. Es a través de este discurso dirigido al público, a las comunidades en este caso, que los actores del sistema institucional y quienes participan en él se presentan, se justifican, se imponen a través de valor y autoridad y, en última instancia, buscan posicionarse en términos de influencia. Es en consecuencia, un discurso interesado. Se trata, en efecto, de una disputa por el poder de la palabra y por la intervención en los asuntos públicos a partir de la constante difusión de informaciones, opiniones y conocimientos que configuran el propio sistema y las relaciones políticas que se establecen entre actores y públicos.

Si hasta ahora hemos referido a una comunidad que interactúa y habla, en esta dimensión nos encontramos con *la comunidad que escucha*. Este es el aspecto en el que más probablemente se perciben las prácticas profesionales de comunicación organizacional y relaciones públicas, como polos de emisión constante de mensajes que se dirigen objetivamente a públicos específicos, es decir, a grupos de receptores delimitados. En él, se incrusta la idea de que estos mensajes deben ser adecuadamente abordados, especialmente en términos de lenguaje; es decir, hablar a las comunidades de manera inteligible y efectiva requiere un dominio de sus códigos simbólicos, en términos culturales y lingüísticos.

Vista aisladamente, esta dimensión comunicativa es evidentemente parcial y unilateral, centrada en el polo emisor. Sin embargo, una visión más amplia y relacional de la comunicación

nos muestra la complejidad de los procesos de circulación y recepción, lo que requiere esfuerzos para comprender con mayor profundidad cómo oyen (o mejor dicho, escuchan) las audiencias, qué actitudes adoptan y cómo actúan al respecto. Por lo tanto, aunque lo que se dice a las comunidades forma solo una parte del proceso comunicacional, es de enorme importancia, porque es el dominio del discurso estratégico y autorizado (Baldissera 2010). Por otro lado, es a través de esta comunicación dirigida a las comunidades que estos actores externos pueden expresar lo que reconocen o no como comunidad y, principalmente, lo que imaginan de ella. De esta forma, el sentido mismo de «comunidad» es constantemente perturbado por lo que se denomina comunidad y como se prefigura en los discursos que se le dirigen. Así, todo lo que se dice a las comunidades no deja de ser un discurso sobre ellas, que participa, también, en la conformación de su propia identidad.

Es común encontrar en las grandes corporaciones, como las de petróleo, minería, generación de energía (hidroeléctrica, termoeléctrica, entre otras), agroindustria, en general, industrias cuyas actividades tienen diversos impactos socioambientales, un sector organizacional específico para enfrentar la relación con las comunidades, entendidas por estas organizaciones fundamentalmente como públicos inmediatamente afectados por sus actividades. Históricamente, la relación establecida entre estas entidades es clientelar, guiada por una asimetría de poderes, teniendo la organización una posición privilegiada, poco preocupada por escuchar las demandas de la comunidad. Sin embargo, presionados por las nociones de responsabilidad social y ESG (*Environmental, Social and Governance*)²¹, dichas corporaciones han buscado estrechar vínculos con las llamadas comunidades, sofisticando y suavizando sus discursos, ubicándose en una posición de supuesta equidad, aun cuando sabemos que las relaciones de poder siguen siendo asimétricas.

3.4 Con la comunidad

Consideramos esta dimensión como integradora de las otras tres, ya que, para hablar *con* la comunidad, es necesario contemplar los aspectos comunicacionales que la constituyen:

²¹ En los últimos tiempos, el término ESG ha ganado gran visibilidad, gracias a una creciente preocupación por la sostenibilidad en el mercado financiero. Los temas ambientales, sociales y de gobernanza pasaron a ser considerados esenciales en el análisis de riesgos y las decisiones de inversión, ejerciendo una fuerte presión sobre el sector empresarial. El término fue acuñado en 2004 en una publicación del Pacto Mundial en asociación con el Banco Mundial llamada *Who Cares Wins*. Los criterios ESG están totalmente relacionados con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), establecidos por el Pacto Mundial, una iniciativa global que involucra a la ONU y varias entidades internacionales.

lo que ella nos dice a nosotros y a los demás, lo que le dicen los otros actores sociales y las acciones en las que estamos inmersos con ella. En otras palabras, cuando nos proponemos comunicarnos *con* la comunidad, hay que tener en cuenta la comunicación que la constituye como comunidad: la dimensión «en», la comunicación que de alguna manera hará hacia el exterior, para nosotros y para los demás, porque, como público, la comunidad siempre tiene algo que decir a la sociedad, la dimensión «desde», donde tenemos que entender que hay varios actores sociales (organizaciones, poderes públicos, otros públicos) que le hablan, así como nosotros también queremos decirle algo y la dimensión «para». Todo esto es parte del proceso de comunicación *con* la comunidad. Por lo tanto, no hay una comunicación *con* la comunidad pura.

Teniendo en cuenta esta integración, la comunicación *con*, presupone un diálogo entre las comunidades y los que están fuera de ellas, es decir, con otras comunidades, públicos o actores sociales. En este punto, la comunicación implica una práctica concreta y común, la del hacer juntos. Esto nos remite al principio de cooperación, al que ya nos hemos referido en la primera dimensión, cooperación que es constitutiva de la propia comunidad como entidad social. Así, vale señalar que hay una implicación intrínseca en el propio hacer comunicacional, pero que opera bajo ciertos principios como el diálogo, el protagonismo popular, la participación horizontal, la criticidad, la comunicación-acción para el ejercicio de la libertad y de la comunicación para la transformación social (Freire 1997; 1981).

Para Freire (1997), el diálogo es indispensable para comunicarse «con» las comunidades. Es un «requisito existencial», un principio ético; el encuentro en el que se entrelazan la reflexión y la acción de los sujetos dirigidos al mundo, a transformar y humanizar, no reduciéndose al acto de depositar ideas de un sujeto al otro. Bohm (2005) afirma que el propósito del diálogo es comprender la conciencia *per se*, así como investigar la naturaleza problemática de las relaciones y comunicaciones cotidianas. Según el autor, sus principales elementos son el sentido compartido, el carácter colectivo del pensamiento, el contexto microcultural, el carácter no dirigido, entre otros.

Este proceso comunicacional dialógico abarca una comprensión de lo que la propia comunidad problematiza en su experiencia, de cómo se representa esta problematización y es movilizadora por ella, dentro y fuera de sus límites. Así, se vincula a la noción de movilización social como reparto de visiones e informaciones sobre la realidad (Toro y Werneck 2004) y como un proceso de colectivización de causas sociales, vinculando lo público a proyectos de acción y generando factores simbólicos de identificación (Henriques et al. 2013).

A diferencia de una mera dimensión transmisiva, lineal y simplista de los procesos comunicativos (França 2003), que se basa únicamente en la divulgación de información, esta dimensión habla de un lugar de mediación entre los diversos actores, buscando crear y fortalecer tales interlocuciones. Esto se alinea con lo que propone el esquema praxeológico defendido por Quéré (1991). En este esquema, la comunicación relaciona la objetividad del mundo y la subjetividad de los agentes a «una actividad organizadora, mediada simbólicamente, realizada conjuntamente por los miembros de una comunidad de lenguaje y acción en el marco de la coordinación de sus acciones prácticas» (Quéré 1991, 75). Así, la comunicación se entiende como «una actividad conjunta de construcción de una perspectiva común, desde un punto de vista compartido» (Quéré 1991, 76), por lo que es concebida como uno de los elementos constitutivos de los procesos movilizadores, en tanto contribuyó a la creación y el fortalecimiento de los vínculos entre el público involucrado y el proyecto movizador (Henriques et al. 2013).

Así, la cooperación es un elemento central para orientar estos procesos, que como hemos afirmado antes, implica una perspectiva en la que la comunicación no se reduce a medios e instrumentos. La idea de entender las comunidades según la lógica de los públicos y del espacio público otorga un fuerte sentido político, inserto en la dinámica de la movilización social.

Los proyectos de extensión que desarrollamos en el ámbito del Departamento de Comunicación Social (DCS) de la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG) nos llevaron a vivir cotidianamente esa comunicación *con* las comunidades y a entenderla como integradora de las otras dimensiones. Ya sea trabajando con colectivos periféricos o con jóvenes comunicadores del semiárido de Minas Gerais, nos ponemos en condiciones de hacer juntos, compartiendo experiencias y construyendo conocimiento conjunto a través del diálogo. Varias fueron las semillas sembradas y los frutos cosechados en colaboración. Como ejemplo concreto, podemos mencionar el proyecto de extensión Comunicación Solidaria COVID-19 (CS COVID-19), en el que realizamos acciones de comunicación y movilización social para enfrentar la pandemia de COVID-19 en la periferia de *Belo Horizonte* (Minas Gerais, Brasil). El proyecto consistió en una estructura de apoyo a la comunicación y movilización para la plataforma *Periferia Viva–Forçatarefa COVID-19*. Esta plataforma nació de una articulación entre la Agência de Iniciativas Cidadãs (AIC), el DCS-UFMG, la Laço-Associação de Apoio Social y el Fórum das Juventudes da Grande BH. Buscó conectar a quienes necesitaban ayuda con quienes podían ayudar, como un puente entre la alianza del conocimiento periférico y la universidad. Fueron más de 108 iniciativas registradas, llegando a un público estimado, en los primeros tres meses, de 100 000 habitantes.

Al entender la comunicación a partir de una lógica relacional, en una constante dinámica entre interlocutores, lenguaje, contextos y dispositivos mediáticos, es posible afirmar que el trabajo del proyecto promovió acercamientos, circuló información y generó vínculos entre públicos en el diálogo con la Periferia Viva. Fueron más de 30 personas voluntarias, entre estudiantes, docentes y empleadas técnico-administrativas, vinculadas al proyecto de extensión de la UFMG, que colaboraron en cuatro frentes: 1) escucha y articulación social, 2) apoyo en la comunicación de las iniciativas, 3) producción de contenidos sobre ellos y 4) articulación de alianzas.

La intención fue hacer de la comunicación cotidiana una estrategia de supervivencia. Por eso, la necesidad de realizar una comunicación propia, capaz de penetrar en las relaciones cotidianas de los territorios, fue una de las soluciones que encontró Periferia Viva para tejer esta red formada por iniciativas organizadas que activaron sus canales comunitarios para enfrentar la pandemia. Fue la propia ciudadanía en alianzas, asociaciones y nuevos grupos que se crearon para enfrentar específicamente las consecuencias de la pandemia en la periferia de Belo Horizonte y la Región Metropolitana²²

En este marco, una perspectiva de extensión universitaria en el área de la comunicación no puede diseñarse como una simple transferencia de tecnología, ni solamente como una práctica especializada. Es necesario prestar atención a los factores comunicacionales que constituyen la comunidad como tal, observar el conjunto de relaciones que se dan entre esta comunidad y los diversos actores sociales, las proyecciones que dichos actores hacen sobre estos públicos. Si bien en ocasiones puede haber apoyo técnico en la producción comunicacional, es necesario tener una comprensión profunda de una comunidad como público comunicante –que habla y escucha en esta condición, que crea a través de su afirmación como comunidad– y de cómo y en qué situaciones se ve reconocida en esta condición y con qué fines. Esto implica gestionar su propia visibilidad y crear un sentido de comunidad colaborativo y compartido permanente para las acciones y experiencias colectivas de sus miembros.

²² Para una mejor descripción del proyecto y una reflexión sobre sus experiencias en términos de movilización social, ver Pimenta, Henriques y Machado (2020). Disponible: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/24290/17718>.

Como es posible observar las iniciativas registradas en el ejemplo que venimos compartiendo, no solo estaban interesadas en realizar sus acciones y generar visibilidad para ellas y sus comunidades, sino en crear su propio sentido de comunidad, afirmando sus lazos de lealtad y solidaridad. Presentándose como actores con cohesión y poder de agencia, capaces de hablar en nombre de la comunidad y también de estimular y aprovechar diversas formas de colaboración en un intenso proceso de comunicación que se llevó a cabo a través de diversos medios, especialmente los digitales, con una producción y difusión continua de contenidos que no es ajena a su propia acción movilizadora.

Fue posible construir así una escucha cualificada y sensible, una escritura afectuosa y cercana, para superar las acostumbradas distancias. La observancia de las idiosincrasias de los territorios y sus sujetos y la mirada atenta de las personas voluntarias involucradas por estos elementos, ratificaron la noción extensionista (acción social) de una universidad que hace más allá del aula, que democratiza y construye conocimiento en la cooperación.

4. Algunas consideraciones finales

No es nuestra intención, al explorar estas cuatro dimensiones comunicativas de la comunidad, crear categorías clasificatorias para la comunicación comunitaria, sino lo contrario. Destacamos su complejidad, fluidez y la dificultad de describirla/definirla en términos deterministas. Mirar la comunicación comunitaria desde estas dimensiones es una forma de entender sus dinámicas relacionales, sus procesos, sus contradicciones y las diversas facetas de los lazos que constituyen a la comunidad como público. También, es importante señalar que estas dimensiones no son excluyentes. No podemos ignorar ninguno de estos vínculos ni atarnos a una sola de las dimensiones, ya que todas juntas forman la experiencia comunitaria.

Ante el desafío que se nos presentó de pensar la comunicación en-desde-para y con la comunidad, comenzamos a reflexionar sobre nuestras experiencias extensionistas y profesionales de los últimos años, así como a retomar nuestra mirada sobre dicha comunicación comunitaria. Desde el principio, consideramos necesario aclarar nuestra comprensión del concepto de comunidad, el cual es polisémico y sobrecargado de significados diferentes en las distintas disciplinas que lo estudian. Como profesionales de las relaciones públicas, que estudian los públicos y sus movimientos, nos pareció más oportuno trabajar con la noción de comunidad como público. Vista así, una comunidad puede ser investigada en la forma en que se presenta y se afirma públicamente, así como en la forma en que incide y participa en los asuntos públicos y controversias sobre intereses colectivos.

Partiendo de esta noción y entendiendo la comunicación tanto como constitutiva de una comunidad como creadora de vínculos y relaciones entre esta y otros públicos y actores, buscamos dialogar sobre sus dimensiones relacionales, considerando las cuatro preposiciones propuestas en este capítulo –en-desde-para y con–. Cada una de estas preposiciones revela diferentes campos de relación que involucran a las comunidades, sugiriendo diferentes vínculos y modos de comunicación. Estas dimensiones agudizan nuestra mirada sobre las comunidades y la complejidad de sus procesos de comunicación, recordándonos que no debemos pasar por alto ninguno de ellos si queremos comprender las minucias de la experiencia comunitaria.

Referencias bibliográficas

- Baldissera, Rudimar. 2010. «Comunicación organizacional: dimensiones, tensiones e interdependencias». *Estudios Venezolanos de Comunicación*, n.º 152: 5-10.
http://64.227.108.231/PDF/COM2010152_5-10.pdf
- Baptista, Maria Luiza Cardinale. 2004. «Comunicação, Amorosidade e Autopoiese». Ponencia pronunciada no XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 02 de setembro.
- Bohm, David. 2005. *Diálogo: comunicação e redes de convivência*. Tradução de Humberto Mariotti. São Paulo: Palas Athena.
- Bordenave, Juan Díaz. 1976. «La comunicación social como instrumento de desarrollo de comunidades rurales y urbanas». *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, n.º 15: 9-35.
- 1989. «La sociedad participativa». *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, n.º 32: 18-27.
- Dewey, John. 1954. *The public and its problems*. Ohio: Swallow Press Books.
- Faustini, Marcus, org. 2020. *Cabeças da Periferia: Rene Silva - Ativismo digital e ação comunitária*. Rio de Janeiro: Ed. Cobogó.

- Freire, Paulo. 1981. *Educação como prática da liberdade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 12.^a Edição.
- 1997. *Pedagogia da esperança: um reencontro com a pedagogia do oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- 2015. *Extensão ou Comunicação?* São Paulo: Paz e Terra. 17.^a Edição.
- Henriques, Márcio Simeone. 2012. «O sentido comunitário nas relações públicas e a dinâmica da mobilização social». In *Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional*, 1ed, v. 1, organizado por Ivone de Lourdes Oliveira e Fábila Pereira Lima, 137-151. São Caetano do Sul/SP: Difusão Editora.
- 2014. «A cultura e o poder na relação entre organizações e comunidades: aspectos reveladores». In *Sociedade, comunidade e redes*, organizado por Marlene Marchiori, 49-62. São Caetano do Sul/SP: Difusão.
- 2017. «As organizações e a vida incerta dos públicos». In *Comunicação Organizacional: vertentes conceituais e metodológicas*, v. 2, organizado por Ângela Marques, Ivone Oliveira e Fábila Lima, 119-130. Belo Horizonte: Selo PPGCOM.
- Henriques, Márcio Simeone, Clara Soares Braga, Daniela B. C Silva y Rennan L. M. Mafra, 2013. «Relações Públicas em Projetos de Mobilização Social: funções e características». In *Comunicação e Estratégias de Mobilização Social*, 3. ed, organizado por Márcio Simeone Henriques. Belo Horizonte: Autêntica.
- Kaplún, Mario. 1998. *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Marchiori, Marlene. 2014. *Sociedade, comunidade e redes*. São Caetano do Sul/SP: Difusão. 1.a Edição

- Martín-Barbero, Jesús. 2010. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Anthropos.
- Martín-Barbero, Jesús y Ana María Ochoa Gautier. 2002. *Políticas de multiculturalidad y desubicaciones de los popular*. Buenos Aires: CLACSO.
- Maturana, Humberto. 2002. *Emoções e linguagem na educação e na política*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Morales, Susana; Loyola, María Inés. 2013. "La dinámica de la apropiación tecno-mediática". In *Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación. La apropiación tecno-mediática*, 1a ed, coordinado por Susana Morales e María Inés Loyola, 1-10. Buenos Aires: Imago Mundi.
- Morales, Susana y María Inés Loyola. 2013. *Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación. La apropiación tecno-mediática*. Buenos Aires: Imago Mundi. 1.a Edición.
- Peruzzo, Cicilia. 2008. «Os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados». *Palavra Chave* 11: 367-379.
- Pimenta, Laura N., Márcio S Henriques y Marlene P Machado. 2020. «Fatores de (des) mobilização social no enfrentamento à pandemia de COVID-19 pelas populações periféricas de Belo Horizonte, Minas Gerais». *Revista Dispositiva. Belo Horizonte, PUC-MG* 9, n.º 16: 87-106
- Prata, Nair. 2003. «História do Rádio em Minas Gerais». In *Rádio brasileiro: episódios e personagens*, v. 29, organizado por Doris F. Haussen e Márgda Cunha, 1-19. Porto Alegre: EDIPUCRS/Intercom.
- Rancière, Jacques. 2005. *A partilha do sensível: estética e política*. São Paulo: EXO Experimental/ Editora 34.

- Santos, Lívia M. C. dos y Bader Burihan Sawaia. 2016. «Um mergulho no “morro do querosene” e o encontro com os artistas do invisível; reflexões sobre arte, comunidade, afeto e práxis psicossocial». *Revista de Ciências Humanas* 50, n.º 2: 315-333.
- Sawaia, Bader B. 1996. «Comunidade: a apropriação científica de um conceito tão antigo quanto a humanidade». In *Psicologia Social Comunitária: da solidariedade à autonomia*, organizado por Regina Helena de F. Campos, 35-53. Petrópolis: Vozes.
- Stella, Cláudia. 2019. *Psicologia Comunitária: contribuições teóricas, encontros, experiências*. Petrópolis: Vozes, 2019.
- Tacussel, Patrick. 1998. «Comunidade e sociedade: a partilha intersubjetiva do sentido». *Geraes - Revista de Comunicação Social*, n.º 49: 3-12.
- Tuan, Yi-Fu. 1983. *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência*. São Paulo: Difel.
- Vizer, Eduardo A. y Jesús Martín-Barbero. 2003. *La trama (in) visible de la vida social: comunicación, sentido y realidad*. Buenos Aires: La Crujia Ediciones.

Nuevos límites de la comunicación comunitaria:

algunas reflexiones a partir de las
transformaciones tecno políticas de las
radios comunitarias brasileñas

João Paulo Malerba

1. Introducción

Este artículo presenta algunos de los nuevos desafíos que se interponen a los medios comunitarios en la actualidad. Siguiendo el camino metodológico de Sodré (2014), quien señala el método ensayístico como el más adecuado para nuestra ciencia, *la ciencia de lo común*. Combinamos aquí datos de investigaciones, abducciones²³, experiencias y vivencias en nuestra trayectoria como investigador-activista para reflexionar sobre los nuevos caminos que, *ya, aquí y ahora*, están siendo recorridos por quienes hacen del derecho a la comunicación el horizonte y camino de sus luchas.

S , porque las múltiples y estructurantes transformaciones que experimentan los medios comunitarios indican la necesidad de iluminar nuevos caminos, que ya se est n diseñando desde la praxis cotidiana, es decir, en el ámbito donde el choque con la realidad objetiva no puede prescindir de estrategias adecuadas a los siempre nuevos desafíos sociales, políticos, económicos y tecnológicos, bajo el riesgo de su aniquilamiento histórico. Rechazando el ejercicio futurool gico, el presente texto se propone ser una cartografía tanto para la investigación como para las acciones, nuestras o de otras personas investigadoras-activistas. Sobre este lugar de co(n)fusión entre sujeto y objeto, creemos que, en tanto se encuentre una ecuación metodológica que equilibre los dos lugares simultáneos, «la implicación del observador en su objeto de investigación es una condición, más que un obstáculo, para la validez de la investigación» (Bruyne, Herman y Schoutheete 1977, 73).

Tendremos como punto de partida, nuestra investigación de doctorado «Radios comunitarias al límite: crisis en la política y disputa por lo común en la era de la convergencia mediática»²⁴ (Malerba 2016) que afirmó la hipótesis de una crisis estructural en las radios comunitarias brasileñas y se basó en dos investigaciones empíricas interdependientes: una cualitativa, de

²³ El método abductivo, de modo peirciano, parte de los «hechos en busca de una hipótesis capaz de explicarlos» (Sodré 2014, 307).

²⁴ La tesis recibí mención de honor en el Premio Capes de Tese 2017. Disponible en <https://www.gov.br/capes/pt-br/assuntos/premios/premio-capes-de-tese/teses-premiadas/teses-premiadas-em-2017>.

inspiración etnográfica y que abarcó diez estudios de caso²⁵, la otra cuantitativa, con cien estaciones de radio²⁶, con las que se trabajó a través de un cuestionario estructurado. Si por un lado los años transcurridos traen la ventaja del distanciamiento reflexivo, por otro exigen la relativización de algunos resultados, principalmente los referidos a las tecnologías, siempre cambiando vertiginosamente. Organizamos nuestras reflexiones en dos perspectivas, *político sociales* y *tecnopolíticas*. Como se puede apreciar en la repetición del término, creemos que es necesario entender a los medios comunitarios, antes de todo, como actores *políticos* que realizan su disputa de ideas e impulsan su lucha por la justicia y garantía de derechos, teniendo a las radios como medio y como fin. Sin embargo, al ser esencialmente *medios*, la perspectiva tecnológica se vuelve fundamental en cualquier análisis de tales actores.

Creemos que el caso de las radios comunitarias puede iluminar lo que está pasando con los medios comunitarios en general por motivos históricos, numéricos y fenoménicos. Primero, se trata del tipo más antiguo, de medio comunitario electrónico: las primeras emisoras de este tipo aparecieron hace más de siete décadas y acumulan saberes colectivos. Y, aunque es difícil medir la cantidad global de medios comunitarios, a nivel nacional o regional, es seguro decir que, por su facilidad técnica y capacidad de alcance, las radios comunitarias siguen siendo predominantes en nuestro continente²⁷. En todo caso, es importante aclarar que cuando hablamos de radio comunitaria nos referimos a un medio híbrido, multimedia y presente en múltiples plataformas: «radios» que transmiten por ondas hertzianas, realizan publicaciones de campañas en redes sociales, pintan carteles para manifestaciones en la calle,

²⁵ Solicitamos indicaciones a investigadores y activistas respecto a las emisoras de radio consideradas *auténticas*, *particularistas* (político-partidarias, religiosas, comerciales, etc.) e *innovadoras* (radio web, podcasts, etc.). A partir de ahí, seleccionamos diez radios emblemáticas de diferente tipo (libre, con licencia, radio web), procedencia (sindicatos rurales, agrupaciones partidarias, Iglesia, universidades) y contextos (grandes centros urbanos, Amazonía, asentamiento rural), con las que convivimos durante cuatro días viendo la rutina y realizando entrevistas. Distribuidas según las regiones de Brasil las radios son las siguientes: *Norte*: Rádio Xibé (Tefé/AM) y Rádio Cidade FM (Altamira/PA); *Noroeste*: Rádio Independência FM (Independência/CE), Rádio Esperança FM (Queimada Nova/PI) y Rádio Quixelô FM (Quixelô/CE); *Sudeste*: Rádio Muda (Campinas/SP) y Rádio Heliópolis (São Paulo/SP); *Sur*: Webrádio Alma (Londrina/PR) y Rádio Terra Livre, do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra – MST (Abelardo Luz/SC); *Centro Oeste*: Rádio Utopia FM (Planaltina/DF). Aprovecho para agradecerles una vez más (y nunca suficiente) por haber recibido nuestra investigación con tanta alegría, franqueza y generosidad.

²⁶ Distribuidas así, *Norte*: 11; *Noroeste*: 34; *Centro Oeste*: 11; *Sudeste*: 26; *Sur*: 18.

²⁷ Esto se observa en el panorama general del sector de medios comunitarios a partir del estudio regional realizado por el Observatorio Latinoamericano de Regulación de Medios y Convergencia (Observacom), estudio titulado «Entorno regulatorio y políticas públicas para la sostenibilidad de los medios comunitarios en América Latina», en el que participaron 10 países de la región; a saber, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Paraguay, Perú y Uruguay. Disponible en: <https://www.observacom.org/proyectopidc/wp-content/uploads/2022/11/Medios-Comunitarios-Completo.pdf>. Producido en 2022.

transmiten videos desde el estudio y viralizan audios en aplicaciones de mensajería instantánea. Así, es precisamente esta flexibilidad cambiante la que justifica nuestra apuesta metonímica: son antiguos y resilientes actores del ecosistema mediático, presentes en los más diversos contextos y capaces de adaptarse a las nuevas realidades sociales, políticas y tecnológicas.

Creemos que, destacando desafíos y respuestas, encrucijadas e inventiva, limitaciones y potencialidades de las radios comunitarias, podemos inspirar a otros medios comunitarios a creer en la pertinencia y persistencia de sus luchas, entendiendo que son parte de una historia que no comienza con ellos, pero que merece y debe seguir siendo escrita.

2. Perspectivas político-sociales

2.1 Baja participación de la comunidad y dificultad para atraer nuevo personal

El reclamo de las radios comunitarias sobre la baja participación comunitaria es común. Sin embargo, existe un consenso en el campo de la radiodifusión comunitaria (personas investigadoras, líderes, comunicadoras, burócratas, etc.) de que la participación comunitaria es un elemento fundamental para que una radio se entienda como comunitaria (Paiva 1998; Peruzzo 1998; Buckley 2011). Además, hay una reducción sistemática de militantes políticos, tanto en las radios como en el movimiento, además, hay dificultad para renovar liderazgos, para atraer gente nueva y joven a la lucha. En nuestra investigación cuantitativa, tres de cada cuatro radios dijeron tener dificultades para atraer nuevas personas colaboradoras y traer sangre nueva que alimente y garantice la continuidad de la causa.

Existen experiencias muy interesantes que promueven la formación de liderazgos juveniles, tal es el caso de la Escuela Mesoamericana de Liderazgo (véase recuadro).



ESCUELA
MESOAMERICANA
DE LIDERAZGO

“La Escuela Mesoamericana de Liderazgo es una escuela del pensamiento; un espacio de diálogo, discernimiento y construcción del conocimiento del relevo generacional de las organizaciones forestales comunitarias y de los pueblos originarios de Mesoamérica.

Su desafío es la formación de mujeres y hombres jóvenes como líderes con valor humano, capaces de encender y trascender ese ideal superior con el que se formaron las organizaciones a las que pertenecen.

Trabaja a la persona, no para que aprenda mecánicamente sobre un tema, sino para que se reconozca, se reconstruya y pueda fundamentar su conducta desde un enfoque efectivamente comunitario.” (<https://www.escuelamesoamericana.org/>).

Sugerimos revisar en ese mismo enlace, la biblioteca de recursos.

La juventud debe ser el grupo etario dominante en una actividad mayoritariamente voluntaria y militante, ya que la disponibilidad y la utopía tienden a disminuir a medida que las personas se incorporan al mercado laboral y en las responsabilidades familiares. En la encuesta encontramos que, en general, solo una de cada cuatro radios (26 %) tiene una mayoría joven en su equipo y prácticamente la mitad de las radios alcanzan el equilibrio de edad (46 %). En la investigación cualitativa, observamos activistas de todos los grupos de edad, incluso en la mitad hay una fuerte presencia de personas jóvenes, aunque muchas de ellas se quejan de la falta de renovación. Tales resultados aparentemente inconcluyentes son mejor iluminados por aquellos que tienen una visión regional y temporal de estos actores políticos. Consultado sobre el tema, el exvicepresidente de AMARC América Latina y el Caribe, Carlos Aparicio, señala que las personas jóvenes sí están en las radios comunitarias, pero no en cargos representativos (Aparicio, entrevista, mayo del 2015). Opinión similar expresó Ernesto Lamas, excoordinador regional de AMARC América Latina y el Caribe, quien indicó que aunque hay jóvenes en las radios, no les interesa fortalecer una red, «no son seducidos más al movimiento [de las radios comunitarias]» (Lamas, entrevista, mayo del 2015).

Otro dato relevante para el análisis es que en las investigaciones cualitativa y cuantitativa verificamos una baja participación de la comunidad en el sistema de toma de decisiones: solo una de cada cuatro radios afirma que la comunidad participa en las reuniones de la emisora. El resultado es un centralismo leve involuntario: la práctica de la democracia representativa legitimada por la proactividad, en la que el grupo más activo termina con un poder que casi nunca es cuestionado, en parte debido a la baja disponibilidad/interés de los demás participantes. De todas formas, no notamos, en las radios visitadas, barreras formales o informales a la participación de la comunidad: es la comunidad la que no parece muy interesada en la vida cotidiana interna de la radio.

Esto no es únicamente un problema entre nosotros. Una encuesta realizada por CAMECO (*Catholic Media Council*) titulada «La participación de la comunidad en las radios locales y comunitarias: un estudio exploratorio en África, Asia, América Latina y el Pacífico» (Fröhlich et al., 2012)²⁸ trae elementos interesantes para analizar el grado efectivo de participación existente en las radios comunitarias. A pesar de concluir que la participación comunitaria es un «elemento importante en casi todas las radios participantes», en todos los continentes se da principalmente en el área de la *programación*, algo común también en las radios comerciales y públicas. En todo caso, tratándose de un medio que se espera esté vinculado orgánicamente a la comunidad, la participación más efectiva –*gestión, propiedad y financiamiento*– es rara. Relacionado con la discusión que estamos realizando aquí, cuando se les preguntó sobre los principales obstáculos encontrados para impulsar la participación, en términos globales, el 29 % mencionó la falta de tiempo de los miembros de la comunidad, con el cuarto lugar de las menciones. En América Latina, encontramos el porcentaje más alto entre las regiones (37 %, contra 26 % en Asia y 22 % en África) y ocupa el tercer lugar en importancia, después de la falta de fondos y la falta de interés.

Nuestra investigación cuantitativa indica una tendencia similar a lo que CAMECO encontró en el resto del continente latinoamericano. Cuando preguntamos por qué era difícil atraer participantes, la principal razón fue, por mucho, el tema financiero/voluntariado (prácticamente la mitad de las respuestas), seguida por la falta de tiempo y la falta de interés o compromiso

²⁸ Con el apoyo de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), de la Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (OCLACC) y de la Asociación Mundial de Comunicación Cristiana (WACC), 219 emisoras participaron efectivamente de la investigación, así divididas: América Latina, 79 (36 %); África, 76 (36 %); Asia, 59 (27 %), y Pacífico, 2 (1 %).

político. Este resultado está bien ilustrado en la máxima de Gerô, uno de los creadores de Radio Heliópolis, de la mayor favela²⁹ de São Paulo: «es fácil ser idealista cuando mami y papi lo mantienen, pero cuando eres un joven que vive en la favela, tienes que trabajar para ayudar en la alimentación, para pagar el alquiler, ¿le vas a pedir a este joven que sea idealista?» (Barbosa, entrevista, 11 de agosto del 2015).

Realmente, en materia de compromiso, no se puede descartar como prioridad el problema económico derivado de una limitación legal: sin posibilidad de remuneración, muchos tienen que elegir entre la lucha por la radio o por su propia supervivencia. Pero nos parece particularmente relevante en la investigación de CAMECO que, en escenarios donde el factor económico no es necesariamente relevante (países de altos ingresos con leyes favorables, por ejemplo), la falta de tiempo y compromiso también aparecen como villanos de la participación política.

2.2 La dificultad de mantener el voluntariado y sus consecuencias

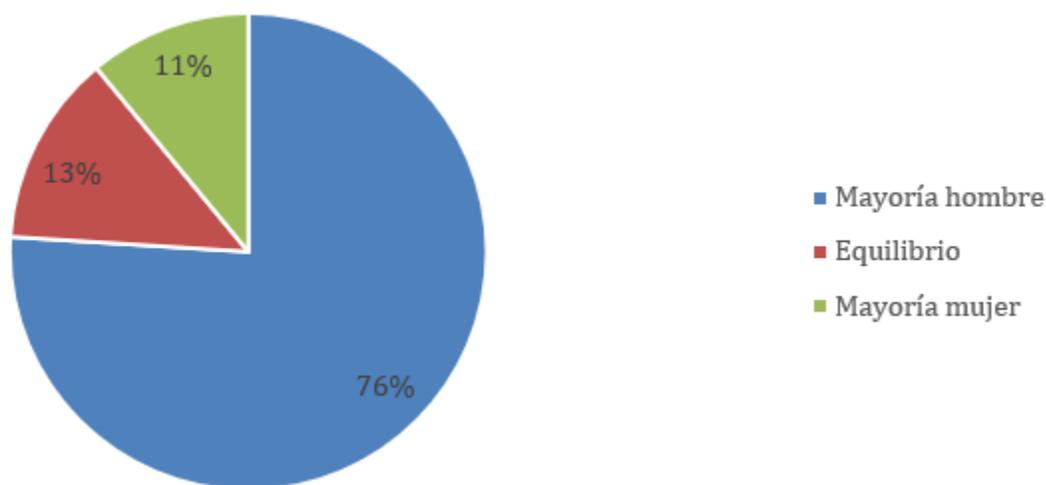
Tanto la investigación cuantitativa como la cualitativa revelaron que la cuestión financiera es el talón de Aquiles de las radios comunitarias brasileñas. La Ley 9612/98, que rige el sector, prohíbe la publicidad comercial, permitiendo únicamente «patrocinio, en forma de apoyo cultural, de los programas a ser transmitidos, siempre que estén restringidos a establecimientos ubicados en el área de la comunidad servida» (art. 18), impidiendo la promoción de bienes, productos, precios, condiciones de pago, ofertas, ventajas y servicios.

Debido a estas limitaciones legales impuestas a la entrada de recursos, casi un tercio de las radios encuestadas (Malerba 2016) sobreviven con menos de dos salarios mínimos mensuales, hazaña que solo es posible a través de una base laboral que sigue siendo voluntaria (63 %), como máximo, con alguna ayuda de viáticos (22 %) (como pasajes aéreos, comida, etc.). El hecho de que la mayoría de participantes trabajen de manera voluntaria refuerza el vínculo con el proyecto de la radio comunitaria, pero también trae consigo debilidades: la imposibilidad de pagar al personal se identifica como la principal causa de la dificultad para atraer nuevas personas participantes.

²⁹ En Brasil se llama favela a las comunidades en riesgo social, otrora denominados precarios en el contexto costarricense. En Brasil, algunos actores de la comunidad han resignificado el término «favelado/favelada» para darle una dimensión política, reivindicándolo. Más recientemente en diversos espacios académicos, institucionales, mediáticos y populares las favelas se nombran como *comunidades*.

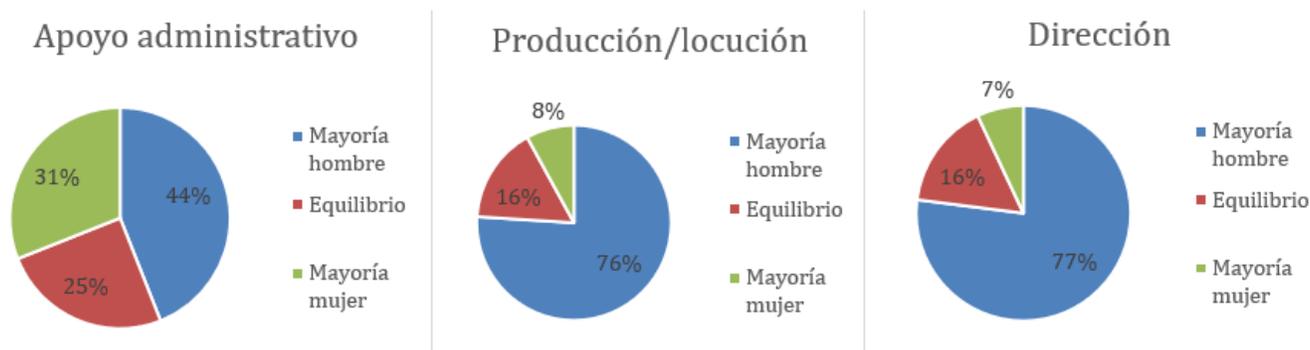
El voluntariado también genera una alta rotación de personal, impactando en la calidad de los productos de la radio (falta de especialización), dificultando la consolidación de una cultura organizacional y, en última instancia, favoreciendo el personalismo de las pocas personas que resisten. Hay radios que no pagan por el trabajo en la radio, sino por las actividades que se realizan en la institución vinculada a la radio (sindicato, ONG, entre otros), generando doble jornada laboral y sobrecargando a sus participantes. El voluntariado también acaba alejando a las mujeres de las radios comunitarias, ya desbordadas con doble y triple jornada laboral, normalmente encargadas de tareas reproductivas y de cuidado familiar. Tres de cada cuatro radios comunitarias tienen más hombres que mujeres y su presencia disminuye según asciende la jerarquía del poder en la radio, lo que refleja y refuerza la desigualdad de género existente en la sociedad en su conjunto, como se muestra seguidamente en los Gráficos 1 y 2.

Gráfico 1. Situación de la igualdad de género en el equipo en general



Fuente: Elaboración propia 2022

Gráfico 2. Comparación de la igualdad de género en los diferentes sectores de la radio



Fuente: Elaboración propia 2022

2.3 Necesidad de adecuación estética y lingüística

Las personas que participan en las radios comunitarias tienden a priorizar la programación como un espacio de formación y crítica social. Como resultado, elementos como la calidad estética y la audiencia, si bien son deseables, no son una prioridad para la mayoría. Este es un viejo problema en el sector. Cogo (1998), al introducir su estudio sobre las bocinas de radio en Brasil, retoma el diagnóstico de investigadores latinoamericanos sobre la carencia estética de los medios comunitarios: frente al elitismo cultural de los medios masivos, los medios populares presentan «una visión de la cultura que incluye una relación cruda, racional y, no pocas veces, pesada con la realidad, dejando olvidadas las dimensiones del sueño, de la fantasía, del juego y de la utopía tan presentes en el universo cultural de los grupos populares» (44).

En la entrevista, Juliana Franco, de la radio web Alma, de la Región Sur de Brasil, criticó a los medios comunitarios que, en general, tienden a renunciar a la estética en favor del contenido (entre las radios analizadas, Alma es quizás la que tiene el mayor cuidado estético en las producciones, pero aun así la audiencia se considera baja).

Nuestras andanzas por la favela de Heliópolis demostraron que cuanto más joven se es, menos se conoce y se escucha la radio: de todos modos, como el entonces director Gerô le había dicho al entonces nuevo locutor Régis: «la idea de la radio no era tener audiencia, sino tener un programa que sirviera a la comunidad» (Gonçalves, entrevista, 10 de agosto del 2015). Ronaldo Cezar Antunes, de Rádio Terra Livre, del MST, también traslada la importancia al

«trabajo de base», aunque no sea para un gran número de personas. Leônio Gomes, de Utopía FM, lamenta que la población joven esté más «presentando que escuchando»; sin embargo, en todo caso, el número de oyentes, para él, «no es la principal preocupación» (Gomes, entrevista, 18 y 20 de octubre del 2015). Esta postura, en última instancia, culmina en una falta de aprecio por el público objetivo, que termina siendo delineado de manera demasiado estrecha o muy amplia.

Otro indicio es que, en la investigación cuantitativa, únicamente un tercio dijo haber realizado, hasta el momento, algún tipo de encuesta de recepción: si bien la falta de recursos, personal, conocimientos específicos y otros factores influyen en el resultado, se evidencia, por lo menos, poco interés en cuanto al gusto del público. Se presenta entonces un dilema: ¿cómo «servir a la comunidad», «hacer el trabajo de base» o llevar a cabo los propósitos propuestos por la radio comunitaria sin audiencia?

La evolución de este dilema ya ha sido discutida por Pulleiro (2011), relacionándola con la sostenibilidad financiera. En su análisis de los principales cambios ocurridos en las radios alternativas en la década de 1990, el autor destaca una mayor preocupación por el elemento estético, que se evidenciaba en el discurso de los liderazgos políticos del movimiento y que resultaba en la búsqueda de una mejor comprensión de la audiencia de esas emisoras. Todo estaría ligado a una nueva comprensión del receptor –muy influenciada por los ecos del giro epistemológico en el campo de la comunicación a partir de la década de 1970– y un deseo de mayor impacto social. Sin embargo, el autor destaca «el riesgo de que los receptores se conviertan en meras audiencias y que la radio alternativa sea concebida únicamente como un medio de comunicación» (111).

Esto estaría en discordancia con lo que sería la verdadera vocación de estas radios, «formar su propio público en un proceso de interacción orientado a expresarse en niveles de organización y movilización colectiva» (Pulleiro 2011, 125). En su línea argumentativa, esta búsqueda de una mejora estética estaba ligada a la necesidad de competir con las radios comerciales, ante la disminución de las fuentes de fondos provenientes de la cooperación internacional y la consecuente necesidad de autofinanciamiento. Para el autor, cuando la *forma* se superpone al *contenido*, se dañan los «objetivos más generales relacionados con una propuesta transformadora» (Pulleiro 2011, 131). La respuesta a un problema de sostenibilidad (no solo financiera) tendería a hacer que la emisora volviera su atención más al «plano comunicacional y organizativo que al político»: se miraría a sí misma y tendería a aislarse de los actores y organizaciones sociales y políticas (Pulleiro 2011, 125).

Ocurre que, hoy, la disputa política pasa necesariamente por el «plano comunicacional y organizativo» o, mejor dicho, es precisamente en este plano donde se da la disputa. Si bien, como creemos, la naturaleza de una radio comunitaria es política y va más allá de ser «solo» un medio de comunicación es necesario entender el propio cambio que se produce en el seno de la política y el papel que tienen los medios en ese nuevo escenario. La política siempre ha estado impulsada por la pasión, cautivando por la capacidad de seducir. Sin embargo, en la era de la mediatización, la seducción política se desliza sobre argumentos racionales para contagiar la acción del otro, también y principalmente, a través de estrategias afectivas y estéticas o, como prefiere denominar Sodré (2006), *estrategias sensibles*, que apuntan a encontrar al otro en la amplitud del sentido. Ahora bien, el sujeto solo se vincula a lo que tiene sentido para él, pero «sentido» ahora articula la sensibilidad a la realidad, las razones objetivas a las razones subjetivas, imposible separarlas.

Superar la comprensión de la radio comunitaria «*solamente* como medio de comunicación» y atender su «propuesta transformadora» como actor político requiere, hoy, una renovación de su propuesta estética, todavía muy marcada por el didactismo de la izquierda tradicional y por el «lenguaje de los movimientos sociales y populares», en términos de Juliana Franco, de la radio web AlmA. La seducción por una causa ahora va más allá de lo discursivo-racional para ir al encuentro con las nuevas prácticas sociales que apuestan por la movilización de afectos e imágenes (visuales, sonoras, artísticas, etc.) para comprometer la acción política.

2.4 La presencia de la religión en la radio comunitaria y sus riesgos

La presencia de denominaciones religiosas en la propiedad, gestión y programación de las radios comunitarias es un hecho en todos los lugares donde prosperan estos medios. Para tomar un ejemplo europeo, en Polonia prácticamente todos pertenecen a organizaciones confesionales, en un país que establece legalmente que las emisoras comunitarias sirvan a las comunidades religiosas.

En el caso de las *Low Power FMs*, como se denomina a las FM comunitarias estadounidenses, se estima que la mitad pertenecen a iglesias. La investigación antes mencionada realizada por CAMECO (*Catholic Media Council*) con radios comunitarias de países de África, Asia, América Latina y el Pacífico (Fr hlich et al. 2012, 3) encuentra que las entidades religiosas son la segunda forma más común de propiedad legal (31 %), solo por detrás de las organizaciones no gubernamentales (38 %) e incluso por delante de las asociaciones

comunitarias (30 %). Cuando se les preguntó sobre la misión de la radio, la promoción de los valores religiosos fue elegida por el 41 % de participantes (4). Finalmente, en la pregunta sobre a qué audiencia se dirige la radio, el 22 % eligió la «comunidad religiosa»(6).

Tales números se pueden leer desde el mismo origen de estas emisoras que, al menos en los continentes latinoamericano y africano³⁰, contaron con el apoyo eclesiástico y de los movimientos sociales vinculados a ella. Aunque la promoción de los *valores religiosos* va muy por detrás de misiones como informar (69 %) y educar (64 %) y que la *comunidad religiosa* es menos prioritaria que la comunidad geográfica (71 %) y la población rural (34 %), tales incidencias tan significativas demuestran la relevancia de un tema que el movimiento de radios comunitarias normalmente desapruueba o, en el mejor de los casos, prefiere ignorar.

En el caso de las radios comunitarias brasileñas, la relación con la Iglesia católica es genealógica: las primeras radios nacieron vinculadas al movimiento evangelizador y educativo de la época³¹. Sin embargo, con el tiempo, hubo un proceso de empoderamiento y apropiación popular, el cual contó inclusive con apoyo institucional eclesiástico. Hasta hoy, la relación se puede verificar de diferentes maneras: desde las radios que, nacidas en el seno eclesiástico, mantienen el vínculo orgánico con la Iglesia hasta la militancia concreta de las personas participantes de las comunidades en los movimientos pastorales de base. La relación con las denominaciones evangélicas, según nuestra investigación histórica, es más reciente, pues sucedió paralelamente al auge de las radios de baja potencia en la década de 1990. En abril de 1994, en medio de las discusiones sobre la legalización de los radios de baja potencia, una publicación de *Folha de São Paulo* informaba que «a la puerta de la esperanza de la legalización, las más inquietas son las radios evangélicas» (13). Menciona que habrían comenzado a trabajar en 1987, con las entonces solitarias *Rádio y Central*, pero el «mayor brote» habría ocurrido en 1991: la sostenibilidad estaba garantizada por el apoyo cultural del comercio local y el alquiler de espacios para otros pastores³².

³⁰ Estas diferencias están bien marcadas en relación al continente asiático, cuyo inicio de las radios comunitarias es mucho más reciente y menos vinculado a entidades eclesiásticas: mientras que la difusión de los valores religiosos fue la elección del 52 % de las radios investigadas en Latinoamérica y África, solo el 7 % de las mujeres asiáticas lo eligieron; mientras que la comunidad religiosa fue el público objetivo elegido por el 29 % de las latinoamericanas y el 22 % de los africanos, esta cifra descendiendo al 11 % de las asiáticas (Fröhlich et al. 2012, 4).

³¹ Para una discusión sobre los aspectos que alimentan la historia de las radios comunitarias en Brasil, véase *Por uma genealogia das rádios comunitárias* (Malerba, 2017).

³² Disponible en www.folha.uol.com.br/fsp/1994/4/09/ilustrada/5.html.

En nuestra investigación empírica, verificamos la amplia presencia de religiones en la programación de las radios comunitarias brasileñas. En el caso de la investigación cualitativa, 7 de las 10 radios visitadas transmiten programas sobre fe. En términos cuantitativos, dijeron que transmiten estos programas casi cuatro de cada cinco estaciones de radio (78 %). Llama la atención la discrepancia entre la presencia de evangélicos en la población y en los programas comunitarios: mientras el 64.6 % son brasileños católicos y el 22.2 % evangélicos, en las radios comunitarias hay mayor presencia de evangélicos (69 % del total de encuestados), seguida de los católicos (65 %).

Las principales controversias vinculadas a este tema están relacionadas con las posibilidades de instrumentalización religiosa, restricciones a la diversidad religiosa y choque de valores en la lucha por los derechos humanos en temas sensibles (como derechos reproductivos, minorías sexuales, legalización de drogas, etc.). En el otro extremo de estas controversias, está el argumento de garantizar la libertad de expresión y de manifestación religiosa, como un rasgo de identidad cultural de los pueblos: por poner un ejemplo cercano, la transmisión radial de celebraciones guaraníes en radios comunitarias en un Paraguay que es 90 % católico se suele defender como resistencia cultural. Como se puede apreciar, existe un alto nivel de complejidad y riqueza de matices, que se mezclan con los muchos riesgos de la pérdida de caracterización de la comunicación comunitaria.

El caso brasileño reciente es ilustrativo de tales riesgos, principalmente debido a las interlocuciones entre religión, medios y política. Organizando su influencia desde las periferias, favelas y áreas rurales, al menos desde la Constitución Federal de 1988, las denominaciones neopentecostales se han venido organizando como grupos de presión política para disputar cargos ejecutivos y legislativos en los ámbitos municipal, estatal y federal, teniendo como banderas agendas conservadoras y moralistas. El avance de la fracción evangélica es cuantitativamente comprobable: de 73 diputados federales en 2010, aumentó a 75 en 2014, llegando a 84 parlamentarios en 2018. En conjunto con otras fracciones conservadoras en el Congreso (como la católica, de la seguridad pública y la ruralista), se va levantando una barrera legislativa que ha impedido avances e impuesto retrocesos en leyes que protejan los derechos de las minorías y de los movimientos sociales. Además, el apetito de poder mediático de los políticos religiosos avanza también en las concesiones de radiodifusión comunitaria y no es exagerado augurar su eventual implosión desde el seno de su funcionamiento, es decir, respecto de los principios democráticos, plurales y participativos que rigen la comunicación comunitaria. Un reciente cambio legal en la radiodifusión comunitaria da la voz de alarma.

En el artículo 4, la ley 9612, de 1998, que regula la radiodifusión comunitaria en Brasil, prohibía «el proselitismo de cualquier tipo en la programación de las emisoras de radiodifusión comunitarias». En 2001, el Partido Liberal interpuso una Acción Directa de Inconstitucionalidad, la ADIN 2 566, contra el mencionado artículo de la ley, alegando que la prohibición del proselitismo violaba el principio constitucional de la libertad de expresión. En 2002, el Supremo Tribunal Federal denegó la solicitud de forma preliminar. Dieciséis años después, el 16 de mayo de 2018, se juzgó el fondo y se revocó la decisión: en la decisión que autorizó la publicación de contenidos doctrinales, se lee que «el discurso proselitista es (...) inherente a la libertad de expresión religiosa» y que, igualmente, «la libertad política presupone (...) la formulación de un discurso persuasivo»³³. En el actual momento político en el que los ámbitos religioso, político y mediático se confunden y se retroalimentan de manera inédita, se corre el riesgo de que las radios comunitarias se conviertan en verdaderas iglesias y corrales electorales electrónicos comunitarios en detrimento de la pluralidad y la diversidad, esenciales para el mantenimiento de la democracia y los derechos humanos.

2.5 *Un nuevo régimen de verdad, el neoconservadurismo y el ataque a las instituciones democráticas*

Adicionalmente a todo lo indicado hasta ahora, existe un conjunto de factores político-sociales recientes e interconectados que afectan a los movimientos sociales, entidades de base y minorías diversas, precisamente los actores que cuentan con las radios comunitarias como espacios privilegiados (a veces únicos) de vocalización y representación de sus demandas. En nuestra investigación, esto se comprobó cuando confirmamos que, al preguntar sobre su incidencia política, el 50 % de las radios comunitarias tenían miembros de la dirección participando en alguna instancia pública de participación a nivel municipal (concejo, comité de gestión, etc.) y el 74 % contó con algún miembro de la dirección participando de algún movimiento social (ambientalista, indígena, de mujeres, etc.).

Un primer factor para considerar es el paso «de un régimen de verdad basado en la *confianza en las instituciones* a uno regulado por *dogmas*» (Sacramento 2018, 2, *itálica mía*). Como afirma Vaz (2014), hubo una transición de la era de la confesión a la *de los testimonios*,

³³ Disponible en <http://www.stf.jus.br/portal/peticaoInicial/verPeticaoInicial.asp?base=ADIN&s1=2566&processo=2566>. Consulta el 25 de febrero del 2019.

en la que el discurso autobiográfico, experiencial y narrativo, se vuelve central para la producción de la subjetividad contemporánea. En este giro subjetivo, el discurso no se dirige a un otro con autoridad (el sacerdote, el psicoanalista, el juez), sino verdaderamente al individuo cualquiera, en una dinámica terapéutica cuyo escenario es el espacio público y, hoy en día, más específicamente las redes sociales. Allí impera el reino de la experiencia que «ha legitimado el conocimiento sobre la verdad», «evoca una presencia participativa» (Sacramento 2018, 2) y recurre a las estrategias de la buena narración.

En este nuevo régimen, se evidencia una negativa al diálogo y al civismo y la verdad se enclaustra en burbujas informativas en las que nadie está dispuesto a que se le cuestione, sino que cada vez se ve más inclinada a la polémica para afirmar «opiniones en público y particularmente en las redes sociales» (Sacramento 2018, 4). Podemos decir que la *dogmatización del espacio público* es lo que ha favorecido la diseminación de la desinformación, no al revés: al fin y al cabo, como dice Sacramento, «no es la tecnología la que genera la disposición social actual por las *fake news*» (2018, 5.), sino el escenario político-social de las «verdades propias» y el vaciado de espacios que tradicionalmente realizaban las mediaciones sociales.

Aquí es cuando llegamos a otro factor importante en nuestra problemática. Con el avance de la extrema derecha en todo el mundo, atravesamos una situación política global en la que varias medidas parecen tener como objetivo prioritario el *debilitamiento de las instituciones tradicionales de mediación social y política*. Esto se insinúa en los permanentes ataques a la sostenibilidad de los sindicatos, de las universidades públicas, los movimientos sociales y la propia legitimidad de los medios de comunicación, además del vaciamiento o extinción de importantes espacios de participación de la sociedad civil en las políticas públicas (comités, asociaciones comisiones, juntas)³⁴. Tales medidas tienen un impacto directo en los derechos de las minorías, en particular de los pueblos indígenas, la población LGBTQI+, las mujeres y los trabajadores rurales sin tierra, al reducir su capacidad de incidencia política y la visibilidad de sus agendas y significados en la arena pública.

Mientras se debilitan aquellas instituciones de carácter democrático e ilustrado, estamos viviendo un proceso de relegitimación y fortalecimiento de viejas instituciones (hasta hace poco desacreditadas), como la familia y las iglesias, con verdaderas conquistas político-mediáticas

³⁴ Disponible en: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/05/bolsonaro-extingue-mais-de-50-conselhos-e-colegiados-criados-nos-governos-do-pt.shtml>.

y directamente vinculadas a la ola neoconservadora y de extrema derecha que ha venido consolidándose en Brasil y en el mundo. Una vez más, se insinúan aquí correlaciones decrecientes con los medios comunitarios, que, como sabemos, en el proceso de redemocratización brasileño fueron importantes instituciones mediadoras y organizadoras del clamor popular en las comunidades periféricas del país.

2.6 Violencia contra personas periodistas comunitarias

En Brasil, el discurso de odio y la deslegitimación de la prensa han brotado desde el poder central. Ya durante la campaña electoral de 2018, Jair Bolsonaro lanzaba diez ataques a la semana, entre acusaciones de falsedad, partidismo y amenazas de recortar fondos en una eventual victoria³⁵. Y este empeño se intensificó con su llegada al poder: el último informe de la Federación Nacional de Periodistas³⁶ reveló que, solo en 2021, Bolsonaro fue responsable de 147 casos (34 % del total), con 129 episodios de desprestigio a la prensa y 18 episodios de agresiones verbales.

En cuanto a los medios comunitarios, esto ha motivado la violencia en los territorios, haciendo aún más difícil y peligrosa la labor de las personas comunicadoras comunitarias. El 7 de abril de 2021, la radio comunitaria *Comunidade FM*, de Santa Cruz do Capibaribe (Pernambuco), fue invadida por cuatro simpatizantes de Jair Bolsonaro que amenazaron a Júnior Albuquerque por las críticas del locutor al papel del presidente en la pandemia³⁷. El 17 de marzo de 2021, la sede del diario *Folha da Região*, en Olimpia (*São Paulo*), donde también funciona una radio comunitaria, fue objeto de un atentado³⁸ que provocó un incendio. El agresor confesó que la motivación fue la crítica posición del medio respecto a los negacionistas y su defensa del aislamiento social como medida de contención del COVID-19. Para la comunicación comunitaria, las consecuencias de este escenario de animosidad hacia el periodismo son aún más profundas que el ablandamiento de la crítica o la autocensura.

³⁵ Disponible en: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/ataques-de-bolsonaro-a-imprensa-chegaram-a-dez-por-semana-no-fim-da-campanha.shtml>.

³⁶ Disponible en: <https://fenaj.org.br/ataques-a-jornalistas-e-ao-jornalismo-mantem-patamar-elevado-e-somam-430-casos-em-2021/>

³⁷ Disponible en: <https://jc.ne10.uol.com.br/pernambuco/2021/04/12048542-homens-invadem-estudio-de-radio-no-agreste-de-pernambuco-e-ameacam-agredir-radialista-que-criticou-bolsonaro.html>.

³⁸ Disponible en: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/03/incendio-atinge-predio-de-jornal-em-olimpia-dono-relata-ameacas-e-ve-possivel-ataque-criminoso.shtml>.

De hecho, los periodistas comunitarios siempre han sido más vulnerables en sus coberturas periodísticas por varias razones: proximidad a los objetivos de las denuncias, malas condiciones laborales, bajos salarios, deficiencia en la formación profesional, estatus legal irregular, conflictos con las autoridades locales. Pese a ello, son quienes garantizan la producción local de noticias, la vigilancia contra la corrupción a nivel municipal y la denuncia de poderes paralelos. Debido a que son tan esenciales, la violencia contra las personas comunicadoras comunitarias genera consecuencias profundas para la democracia local y tiene un efecto silenciador duradero. La consiguiente autocensura de otros comunicadores reduce drásticamente la cantidad y calidad de la información producida. Además, el subregistro es una regla y termina por invisibilizar a quienes ya son más frágiles.

3. Perspectivas tecno políticas

3.1 La centralidad de las redes sociales en la lucha política

Evitando la fetichización de la técnica, cuando se trata de medios comunitarios del siglo XXI, los desafíos estatales, sociales y políticos ya no pueden separarse y están atravesados por cuestiones tecnológicas. Aquello que es la verdadera razón de ser de los medios comunitarios, es decir, la disputa de ideas a favor de la justicia social se juega cada vez más en las redes sociales: las voces y visiones de mundo de los medios comunitarios tienen (también) que pasar por ellas si quieren continuar vivas en este nuevo tejido político-social.

Algo que ya habíamos verificado en la investigación cualitativa y se confirmó en la cuantitativa es la fuerte presencia de Facebook en el día a día de las radios: el 80 % de las personas encuestadas lo señalan cuando se trata de redes sociales. Las personas entrevistadas de todas las estaciones de radio mencionaron Facebook, aunque solo fuera para resaltar su falta de seguridad. Para Erisvaldo Rodrigues, de Heliópolis, Facebook es, hoy, la principal forma de interacción en la radio; en AlmA, Tiago Moreira asegura que es la herramienta más utilizada para la difusión y Ernesto Puhl Neto, de Terra Livre, lo tiene como instrumento fundamental de la lucha política.

En este ámbito, las radios comunitarias crean comunidades virtuales a partir de afinidades e intereses vinculados a los objetivos del proyecto de la radio: con la propia comunidad de oyentes y participantes; con asociaciones y movimientos políticos de radios comunitarias; con otras entidades y aliados de la sociedad civil; centrándose en la pertenencia geográfica, etc. Pero, principalmente, la entrada de las radios comunitarias en las redes sociales se ha

configurado como un espacio más de interacción y una estrategia de vinculación interna y con la comunidad.

Internamente, vimos a la radio web Alma utilizar una comunidad en Facebook para agilizar las decisiones internas sobre la emisora, dado que no hay regularidad en las reuniones presenciales. En el caso de la interacción con oyentes, en muchas ocasiones las redes sociales se han superpuesto a las antiguas formas de interacción (teléfono fijo, correo). En el caso de Heliópolis, Erisvaldo dice que ha sido a través de la red social que se ha dado la principal forma de interacción: «el teléfono ya no suena, porque todo es por el Facebook» (solicitud de canciones, avisos, recados) (Rodrigues, entrevista, 10 de agosto del 2015). Esto sucede, incluso con respecto a los propios sitios y blogs: si antes concentraban las principales formas virtuales de interacción (chats, muro de mensajes virtuales, comentarios, etc.) van perdiendo cada vez más relevancia frente a la interacción directa e instantánea de las redes sociales. Hay casos, como el que vimos durante nuestra visita a Rádio Heliópolis, que el reproductor de la emisora (radio web) funciona directamente desde la red social. En el caso de la radio web Alma, Facebook es la principal herramienta de difusión de programas en vivo y grabados. Además de compartirse a través de los perfiles de Facebook de las propias personas trabajadoras de la radio, se da una divulgación de los programas en páginas de grupos específicos relacionados con la temática abordada. Debido a las posibilidades de convergencia mediática, las redes sociales de intercambio de videos (como YouTube o Vimeo) también han sido objetivo de las radios comunitarias, para la provisión de entrevistas, programas especiales, eventos comunitarios, etc. Al mismo tiempo, dichas redes también han sido una fuente de acervo musical, dado que las personas comunicadoras reproducen música directamente desde YouTube, por ejemplo.

3.2 *El tema de los contenidos patrocinados, de los algoritmos y de la cibervigilancia*

Después de siete años de realizada la investigación, la preponderancia de Facebook debe, hoy, haber sido superada por Instagram y entrar en rivalidad con TikTok. En cualquier caso, a partir de nuestra reciente observación participante, parece permanecer invariable en el día a día de las radios comunitarias la omnipresencia de las plataformas... y sus problemas.

Es importante tener en cuenta que la acción política y la disputa de ideas es bastante limitada y desigual cuando el alcance de los contenidos en las redes sociales digitales está, hoy, monetariamente determinado por la promoción de contenidos («posts patrocinados»), por el uso de robots influencers y limitado por la lógica oscura y mercantil de los algoritmos. La investigación organizada por el colectivo Intervezes titulada *Monopolios digitales* (Valente y Pita 2018, 14)

destaca prácticas anticompetitivas como la de Facebook, que recientemente «destruyó el alcance orgánico de las publicaciones de páginas. Como resultado, instituciones, organizaciones y empresas, incluidas las productoras de contenido, quedaron rehenes del contenido pago». Obviamente, el contenido de los movimientos sociales y los medios comunitarios, normalmente con recursos financieros y tecnológicos restringidos, está claramente limitado o incluso invisibilizado en la red. Además, como ya ha denunciado más de un autor (Pariser 2012; Bruno 2013; O’Neil 2016) los algoritmos no son herramientas neutrales y objetivas, sino que de hecho están determinados por los sentidos hegemónicos, los intereses mercantiles de las empresas y las intenciones de vigilancia de los gobiernos.

En el caso de actores políticos vinculados a minorías que muchas veces se oponen a intereses hegemónicos (y a veces gubernamentales), el tema de la cibervigilancia es de suma importancia. En entrevista con el autor, cuando se le pregunta por la entrada de los medios comunitarios en la web, la investigadora y profesora inglesa Janey Gordon, quien se dedica desde hace años al estudio de los medios comunitarios, presenta reservas precisamente sobre este tema. Su preocupación recae sobre áreas de conflicto social donde las radios comunitarias transmiten material que desagrada a las autoridades locales: «“Radio por Internet/en línea” significa que no solo se puede contabilizar el número exacto de oyentes en cualquier momento del día, sino que, si se quisiera, cada oyente puede, en teoría, ser localizado a través del dispositivo desde el cual se conecta» (Gordon, entrevista, 9 de octubre del 2015). Tratándose de medios que históricamente y en todo el mundo se han opuesto a los poderes establecidos, esta parece ser una preocupación políticamente relevante.

Algunos casos internacionales demuestran que las radios web comunitarias también están bajo la mirada de la represión estatal, especialmente en Estados con un escenario político conflictivo. Este es el caso de Radio Horytna, la primera emisora de radio online de Egipto. El 4 de abril de 2015, la policía egipcia arrestó a Ahmed Samih, director de la estación y de un instituto de derechos humanos, además de sustraer documentos y equipos de la radio. Samih solo fue liberado después de pagar la fianza, pero enfrenta cinco cargos, incluido el de operar un servicio de comunicaciones sin licencia, aunque en Egipto no existe ningún requisito legal para operar una radio en línea.

3.3 *La omnipresencia del celular*

Con la creciente importancia de internet en la disputa de ideas, la denuncia de injusticias, hacer efectivos antiguos derechos y conquistar nuevos –en una palabra, para el ejercicio propio de la ciudadanía–, no podemos perder de vista las persistentes desigualdades de acceso a la red mundial de computadoras. En Brasil, el último TIC Hogares³⁹ del Comité Gestor de Internet en Brasil (CGI.br) de 2021 señala que el 18 % de los hogares brasileños no tiene acceso alguno a internet, cifra que alcanza el 29 % de las zonas rurales y el 39 % de las clases D y E⁴⁰. Es interesante notar que es precisamente en estas categorías/lugares donde, cuando existe, predomina el acceso a internet exclusivamente por celular: 83 % en áreas rurales (frente a 61 % en áreas urbanas) y el 89 % en las clases D y E (frente al 32 % en A, el 33 % en B y el 67 % en C). En otras palabras, donde la desigualdad digital (y normalmente las otras desigualdades) es mayor, más omnipresente e importante es el teléfono celular.

Este es un dato de suma relevancia para los medios comunitarios interesados en llevar sus agendas donde tienden a ser reconocidos y pueden generar mayor incidencia y adhesión. Es fundamental que sus contenidos sean accesibles para celulares, buscando preferentemente plataformas y soluciones ligeras para lugares y realidades con poca conectividad.

Durante la investigación cualitativa, habíamos verificado un protagonismo creciente del teléfono celular en la vida cotidiana de las radios comunitarias. Este se daba desde su uso para aumentar la interacción con sus oyentes (no era raro escuchar de las personas comunicadoras que el teléfono fijo ha sido cada vez más relegado al silencio) hasta facilitar la organización de la gestión interna (programación de reuniones, decisiones urgentes, etc.). En 2016, WhatsApp (48 %) superó a las llamadas telefónicas (33 %) y a los sistemas de mensajería –SMS– (30 %) en las menciones referentes a los usos que las radios han hecho de los celulares (Malerba 2016). Hoy en día, probablemente la preponderancia de WhatsApp solo haya aumentado. Uno de los motivos del éxito de la aplicación es su funcionalidad. Más allá del intercambio de mensajes multimedia, se ha utilizado para recibir llamadas, solicitudes de música, comentarios y retransmitir la participación en directo y a través del audio enviado por las personas oyentes.

³⁹ Disponible en https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2021_coletiva_imprensa.pdf. Consulta el 27 de agosto del 2022.

⁴⁰ El Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE) es un instituto público de la administración federal brasileña. Este organiza las clases sociales en cinco categorías básicas, según el ingreso familiar mensual, a saber: clase A (por encima de 20 salarios mínimos), clase B (de 10 a 20 salarios mínimos), Clase C (de 4 a 10 salarios mínimos), clase D (de 2 a cuatro salarios mínimos) y clase E (recibe hasta dos salarios mínimos).

En muchos casos, la interacción se da más allá del celular, a través de WhatsApp Web, en la pantalla de la computadora, conectada a la mesa de sonido. Hubo menciones a la formación de grupos de oyentes en WhatsApp, con objetivos de difusión e interacción.

En el caso de Xibé, una estación de radio ubicada en el corazón de la Amazonía, en la ciudad de Tefé, ha hecho un uso extensivo de los grupos de WhatsApp, que funciona incluso con velocidades de conexión lentas, dado que el internet en la región es solo vía satélite. También, se mencionaron otros recursos prometedores, como cuando el teléfono celular se usa en la transmisión para establecer un enlace (transmisiones externas) con la radio: en nuestra visita a Quixelô FM, en el interior de Ceará, Laércio Oliveira de Lima dijo que muchas veces ya había presentado sus «acordeones y acordeonistas» directamente de comunidades o restaurantes, con el enlace una vez instalado «en un árbol de mango» (Lima, entrevista, 19 de setiembre del 2015). Son soluciones creativas como esta las que actualizan las posibilidades multimedia actuales.

3.4 Soluciones multimedia y multiplataforma

Desde que aparecieron las primeras radios comunitarias hace más de medio siglo, en nuestro continente, el vehículo radiofónico ha recibido fuertes golpes tecnológicos: su extinción ha sido profetizada desde la llegada de la televisión. Pero ni ella, ni las antenas parabólicas, ni la televisión por cable o satélite, ni siquiera el poderoso internet pudieron derribarlo. Cada uno, sin embargo, dejó su huella en la radio y en la audiencia. Su flexibilidad es también lo que lo convierte, todavía y siempre, en uno de los medios de comunicación más populares para la lucha política y para la defensa misma de la vida.

Un caso internacional ilustra bien el uso conjunto y exitoso de diferentes plataformas: el inicio de la radiodifusión comunitaria en Túnez, en un momento aún previo a la Primavera Árabe. Quien nos contó esta historia fue uno de los entusiastas y protagonistas de ese proceso, el exsecretario general de AMARC, el italiano Francesco Diasio, en una entrevista con el autor. Los primeros diálogos tuvieron lugar en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI), en 2003, en Ginebra. Allí, algunos colectivos de activistas tunecinos ya manifestaban su intención de crear estaciones de radio libres, pero el país estaba bajo la dictadura de Zine El Abidine Ben Ali y el Estado monopolizaba la radiodifusión. Al realizarse la segunda CMSI, ya en Túnez, en 2005, creció la intención y la movilización, pero la dificultad seguía estando en el cómo. La primera posibilidad obvia sería la radio web, pero en otros momentos internet ya

había sido censurado. La alternativa era utilizar no solo una, sino un conjunto de tecnologías que permitieran romper la censura en el país. Y la solución parecía pasar por Italia.

Los antecedentes se dieron en una experiencia desarrollada con motivo de la reunión del G-8 en Génova, en 2001, cuando ocho estaciones de radio italianas acordaron brindar una cobertura alternativa del evento utilizando comunicación vía satélite: Radio GAP (*Global Audio Project*). A partir de esta experiencia, se mantuvieron intercambios y contactos con una emisora de radio de Padua que tenía alquilado un canal de satélite y que era poco utilizado. Algo importante a tener en cuenta es que alquilar un canal de este tipo en Europa no es inviable para un grupo de organizaciones o una que sea bien estructurada, con un coste de unos 1 000 euros al mes. El acuerdo consistía, por tanto, en dar soporte a la comunicación, no únicamente en Túnez, sino en todo el Mediterráneo a través de ese canal por satélite que pasó a llamarse MIR, *Med Info Radio* («mir» significa paz en ruso y también el nombre de uno de los primeros satélites orbitales rusos). La tecnología satelital también era la más adecuada para la seguridad en la continuidad de las comunicaciones: para interrumpir un canal satelital es necesario cortar muchos canales, con múltiples implicaciones. Por su parte, Túnez montó un centro clandestino de producción y formación radiofónica, desde donde comenzaron a enviar su material vía FTP seguro a Roma. Desde la capital italiana, un *streaming* seguro se transmitió a Milán, donde una empresa hizo el enlace, poniendo el contenido disponible vía satélite directamente en los televisores de los hogares tunecinos, aunque solo en audio. Diasio describe la batalla cultural que tuvo lugar allí, para convencer al público de escuchar la radio por la televisión. Pero en un país con el monopolio estatal de las comunicaciones, se ansiaban nuevos canales. El MIR fue una experiencia que duró años y cumplió una etapa en el proceso de constitución del movimiento de radios libres tunecino.

Tras la caída de Ben Ali—la primera de una secuencia en la Primavera Árabe— ya existía un movimiento de radios libres. Tales emisoras nacieron *alegales*, ya que operaban sin regulación. Fue cuando AMARC, en el nuevo momento democrático del país, pasó a actuar en otros frentes para desarrollar tal movimiento. Un primer problema fue el tema de los transmisores en el país. Para tener un transmisor de radio hay que pasar por una oficina nacional de telecomunicaciones, que administra los transmisores, la cobertura y el plan de frecuencias. Esto sin mencionar el alto precio, inaccesible para las comunidades.

Así, integrantes de la AMARC internacional empezaron a trabajar para, digamos, «facilitar» la entrada de transmisores al país y romper el, todavía, monopolio y la primera

fue *Radio Six*, en Túnez, con una pequeña emisora de 500 *watts*. Otro frente de acción fue la capacitación técnica y estética (en un país con una sólida cultura de propaganda política, no de comunicación libre), a partir, inclusive, de proyectos apoyados por la Unión Europea. Otro ámbito de actuación fue el político. Incluso antes de la dictadura, hubo una acción por parte de la red IFEX (*International Freedom of Expression*), iniciada en 2005, el *Tunisian Monitoring Group*, una plataforma de organizaciones relacionadas con el derecho a la comunicación que hacían *lobby* internacionalmente y monitoreaban la situación de la comunicación tunecina. El líder de este grupo, después de la revolución, se convirtió en el primer director de la instancia de regulación de medios. Esto facilitó la influencia de las organizaciones internacionales tanto en la legislación como en la regulación. En mayo de 2015, había diez radios comunitarias licenciadas bajo una legislación muy favorable, incluso sin limitaciones de potencia.

Aquí destacamos una serie de sinergias y adaptaciones de las tecnologías y de los medios para lograr el resultado esperado. Primero, a nivel social, es interesante notar la cooperación entre actores internacionales para garantizar el derecho humano a la comunicación. En cuanto a la tecnología, nos parece un episodio emblemático de convergencia, ya que demuestra no solo la orquestación de un conjunto de tecnologías (analógicas y digitales, tradicionales y de vanguardia), sino adaptaciones de un extremo del proceso al otro. Concebida generalmente como una plataforma de comunicación, el internet se aplicó ahí como una *plataforma de transmisión de datos*, tanto de Túnez a Roma (FTP) como de ahí a Milán (*streaming*). Otro elemento es la recepción final. Teniendo en cuenta que en los países bajo censura es común el uso de antenas parabólicas, la forma más efectiva de difundir ampliamente los contenidos de la radio fue la televisión. Finalmente, denotamos la propia desmitificación de la tecnología vía satélite, estrategia aún poco utilizada por los movimientos contrahegemónicos de comunicación.

En Ecuador en el segundo semestre del 2020, en plena pandemia, se realizaron una serie de talleres con el objetivo de compartir conocimientos y herramientas para la creación de radios comunitarias con energía solar. La experiencia se sistematizó en la

Guía para facilitadores e instaladores comunitarios

La siguiente guía representa la sistematización de los talleres que se llevaron a cabo en 2020 en Puyo y Lago Agrio, Ecuador, por Rhizomatica, junto con la Fundación Kara Solar y la Confederación de Nacionalidades Indígenas de la Amazonía Ecuatoriana (CONFENIAE), en el contexto de la pandemia del COVID-19. Estos encuentros de formación estuvieron dirigidos a miembros de las nacionalidades indígenas amazónicas Sápara, Shiwiar, Waorani, Kofán, Achuar, Andwa, Shuar, Quijos, Kichwa y Siekopai (Bloom, 2022).

Disponible en:

<https://cnlearning.apc.org/es/resources/radio-hf-guia-para-facilitadores-e-instaladores-comunitarios/>

Ejemplos brasileños también en el marco de la pandemia de COVID-19, se pueden encontrar en el papel que jugaron los medios comunitarios, analógicos y digitales, en la difusión de información confiable y accesible sobre salud, además de combatir la circulación generalizada de desinformación. A partir de marzo del 2020, se lanzó la iniciativa de cooperación nacional #CoronaNasPeriferias⁴¹, iniciativa que reunió a decenas de personas comunicadoras de las periferias y las favelas para informar en sus territorios sobre las acciones relacionadas con la enfermedad. Las estrategias multimedia abarcaron desde radios «de postes», pasando por pancartas, afiches, periódicos, podcasts y audios en WhatsApp. Un ejemplo fue la Agência Mural de Jornalismo das Periferias, en la ciudad de São Paulo, que lanzó el podcast «En cuarentena», disponible en Spotify, pero que también podía recibirse directamente a través de WhatsApp. Además, las acciones no se restringen a las zonas urbanas: las radios comunitarias del Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra (MST) llevaron información sobre la necesidad del aislamiento social y las precauciones para prevenir la COVID-19⁴². En el caso de

⁴¹ Disponible en: <http://periferiaemovimento.com.br/comunicadores-perifericos-se-unem-em-coalizao-nacional-para-enfrentar-pandemia/>. Consulta el 3 de setiembre del 2022.

⁴² Disponible en: <https://www.brasildefato.com.br/2020/05/14/na-pandemia-radios-comunitarias-do-mst-levam-informacao-a-areas-da-reforma-agraria>. Consulta el 3 de setiembre del 2022.

la población indígena, ante la omisión gubernamental, los pueblos y comunidades tradicionales se movilizaron para proteger sus territorios ante la pandemia a través de diversas estrategias de comunicación como videos, afiches, audios y boletines transmitidos a través de Facebook, Instagram y WhatsApp. Un ejemplo es el podcast semanal Audio do Beiradão⁴³, estructurado al inicio de la pandemia para difundir información sobre el combate a la COVID-19 en la Amazonía a ribereños e indígenas de Terra do Meio, en Pará, centrándose en el combate a las noticias falsas.

La circulación de información vía WhatsApp, en formato liviano, se vio favorecida por la instalación de 26 puntos de internet en el Corredor Xingu de Áreas Protegidas como parte de la estrategia de comunicación de emergencia, en 2020. Junto a estas innovaciones, como sabemos, la radio se mantiene como uno de los principales medios de comunicación en la Amazonía. Por eso, el propio proyecto de Áudio do Beiradão distribuyó en Alto Rio Negro, casi 300 estaciones en tres municipios, a través de las cuales las personas comunicadoras indígenas transmitían productos de comunicación en diversos formatos, de boletines de audio a la lectura de decretos y entrevistas con profesionales de la salud⁴⁴.

4. *Consideraciones finales: perspectivas futuras*

A partir de la cartografía aquí propuesta, nos parece que los desafíos implican respuestas *tecnológicas, político-sociales y estatales*.

Por ejemplo, frente a la baja participación de la comunidad y la dificultad de atraer nuevos cuadros políticos, resulta importante crear mecanismos *tecnológicos* que permitan una participación híbrida (en línea y presencial) en los espacios de decisiones de los medios comunitarios. Esto puede contribuir a la inclusión de grupos (como mujeres, jefes/as de hogar, minorías étnicas) que tienen poco tiempo para contribuir presencialmente, debido a sus jornadas de trabajo. El pleno aprovechamiento de las posibilidades tecnológicas para potenciar las acciones sociales y políticas comunitarias involucra desde soluciones complejas (como ilustra el caso tunecino) hasta combinaciones sencillas y eficaces de estrategias analógicas y digitales,

⁴³ Disponible en: <https://www.socioambiental.org/pt-br/noticias-socioambientais/da-floresta-para-o-mundo-podcast-dos-beiradeiros-da-terra-do-meio-e-premiado-em-edital-da-artigo-19>.

⁴⁴ Disponible en: <https://www.socioambiental.org/pt-br/noticias-socioambientais/do-radio-a-internet-indigenas-e-ribeirinhos-usam-a-comunicacao-para-enfrentar-covid-19>.

como se evidencia en las acciones multimedia de los medios comunitarios en la lucha contra la pandemia de COVID-19 en Brasil.

Respecto de otro punto destacado, en el delicado tema de la presencia religiosa en los medios comunitarios, no parece haber otro camino que la acción político-social: la apertura de canales de diálogo con las personas que ocupan los liderazgos religiosos comunitarios para negociar temas que son relevantes en materia de derechos humanos, aunque sean sensibles a las pautas morales. Asimismo, la lucha contra la desinformación y el discurso del odio pasan por acciones de crítica y alfabetización mediática, un ámbito en el que los medios comunitarios acumulan experiencia y protagonismo.

Finalmente, hay viejas luchas (todavía no conquistadas) y nuevos horizontes reivindicativos en los que el papel del Estado sigue siendo central e insustituible. Reformar la ley de radiodifusión comunitaria para permitir múltiples formas de financiación sigue siendo esencial para abordar una serie de desafíos antiguos (mayor participación de la comunidad, inversión en capacitación, remuneración del personal, etc.). Para los medios comunitarios en general, la promoción del sector pasa por políticas públicas de renovación y adecuación tecnológica que le permitan actuar con eficiencia en el entorno multimedia y multiplataforma. Además, los propios medios comunitarios deben unirse a las luchas legales más amplias vinculadas a los llamados derechos digitales: el acceso universal a internet, la regulación de las plataformas de redes sociales y la transparencia de los algoritmos son algunos frentes impostergables para el sector.

La política ha desbordado el espacio y el tiempo de las ágoras tradicionales (parlamentos, programas de radio y televisión, bares, periódicos, plazas, fiestas, asociaciones de barrios) para combinar la vida pública y privada con el mundo virtual como prótesis. La batalla de ideas está ahora en el presente continuo del «cuerpo a cuerpo» de las redes sociales, de los celulares, de las listas de correo, de las aplicaciones de mensajería instantánea: textos, imágenes, audios y videos migran de una plataforma a otra; van más allá de los medios originales y ganan multimedialidad en las acciones en red.

En este escenario, los medios comunitarios responden transformándose en medios de comunicación híbridos, adaptados y adaptables. Aunque atravesados por muchas dificultades, están vivos, son sujetos activos de sus comunidades y ahora se manifiestan de muchas formas, con distintas estrategias y mutaciones que responden a una realidad en acelerada transformación. El surgimiento de radios web comunitarias, periódicos comunitarios en línea, colectivos de comunicación activos en redes sociales, podcasts de activistas, etc., significa más

que la mera respuesta tecnológica o la continuidad de los medios comunitarios en el mundo digital: es también una transformación impuesta por la praxis cotidiana de las comunidades periféricas y las minorías sociales.

Los medios comunitarios actúan hoy en un escenario político-social polarizado, radicalizado y dogmatizado, marcado por un giro neoconservador y fundamentalista. El crecimiento de los discursos de odio, la proliferación de noticias falsas (fake news) y el encierro de grupos sociales en burbujas ideológicas, digitales o no, imponen nuevos desafíos jurídicos, políticos, éticos y sobre todo comunicacionales a estos actores sociales. Nos parece que la tradición de la comunicación comunitaria, basada en el diálogo, la solidaridad y la construcción colectiva de soluciones a los problemas sociales, puede ofrecer caminos a favor de la urgente y necesaria renegociación de la sociedad y la reconstrucción de la política.

Referencias bibliográficas

Bruyne, Paul de, Herman, Jacques y Schoutheete, Marc de. 1991. *Dinâmica da pesquisa em ciências sociais: os polos da prática metodológica*. Rio de Janeiro: Francisco Alves.

Bruno, F. 2013. *Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia, subjetividade*. Porto Alegre: Sulina.

Buckley, S. 2011. *Community Media: a good practice handbook*. Paris: Unesco.

Cogo, D. 1998. *No ar... uma rádio comunitária*. São Paulo: Paulinas.

Fröhlich J, D Däschle, A Geerts y A. S Jannusch. 2012. *La Participación de la Comunidad en las Radios Locales y Comunitarias: Un estudio exploratorio en África, Asia, América Latina y el Pacífico*. Informe del Sondeo. CAMECO (Catholic Media Council): Mimeo.

Malerba, J. P. C. 2016. «Rádios comunitárias no limite: crise na política e disputa pelo comum na era da convergência». Tese Doutorado em Comunicação e Cultura. Escola de Comunicação: UFRJ. http://www.pos.eco.ufrj.br/site/download.php?arquivo=upload/tese_jmalerba_2016.pdf

- 2017. «Por uma genealogia das rádios comunitárias brasileiras». *Logos* 24, n.º 1: 8-22. Acesso el 05 el setiembre de 2022. <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/28586>
- O’Neil, C. 2016. *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. New York: Crown.
- Paiva, Raquel. 1998. *O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo*. Petrópolis: Vozes.
- Peruzzo, Cicilia Maria Krohling. 1998. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes.
- Pariser, E. 2012. *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. São Paulo: Editora Zahar.
- Pulleiro, A. 2011. *La radio alternativa en América Latina : debates y desplazamientos en la década de 1990*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Sacramento, I. 2018. «A saúde numa sociedade de verdades». *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde* 12, n.º 1: 4-8. Acesso el 5 de setiembre de 2022. <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1514>
- SODRÉ, M. 2006. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petrópolis: Vozes.
- SODRÉ, M. 2014. *A ciência do comum: notas para o método comunicacional*. Petrópolis: Vozes.
- Valente, J. y M Pita. 2018. *Monopólios digitais: concentração e diversidade na Internet*. São Paulo: Intervezes.
- Vaz, Paulo. 2014. «Na distância do preconceituoso: narrativas de *bullying* por celebridades e a subjetividade contemporânea». Trabalho apresentado no Encontro Da Associação Nacional Dos Programas De Pós-Graduação Em Comunicação, 23, Belém (PA). http://www.compos.org.br/biblioteca/paulovaz1compos2014_2186.pdf.

Relaciones públicas para las organizaciones sociales en Costa Rica:

una apuesta política

Maureen Rodríguez Cruz

1. Introducción

Con el presente capítulo, busco agregar algunas líneas a lo escrito sobre las relaciones públicas populares en Latinoamérica. Además, aportar una reflexión que resulta de comparar teórica y metodológicamente la educación popular y la comunicación popular, con la perspectiva de las relaciones públicas excelentes o también llamadas de gerencia socialmente responsable, específicamente, me refiero a los modelos simétrico bidireccional y el de motivación mixta (García Nieto, Viñarás Abad y Cabezuelo Lorenzo 2020).

Para el análisis de dichos modelos, incluyo una indagación que busca encontrar respuestas en cada perspectiva de comunicación para las siguientes preguntas: 1) ¿cómo se promueve la construcción de conocimientos?, 2) ¿cómo se comprende el diálogo?, 3) ¿cuál es la posición política que presenta? y 4) ¿cuáles son los objetivos de comunicación que plantea?

El acercamiento a las perspectivas de comunicación incluye la comprensión de conceptos como relaciones públicas, relaciones públicas populares, educación popular y comunicación popular, a partir de un recorrido que pone en contexto su surgimiento y construcción.

Así, el análisis orienta a una revisión ético-política del papel de las relaciones públicas en las organizaciones y movimientos sociales, pues coloca discusiones sobre la politización de la práctica, el rol de la persona relacionista pública en la construcción de una comunicación transformadora y el establecimiento de relaciones más horizontales y respetuosas fundamentadas en la perspectiva teórico-metodológica de la educación popular. A la vez, que identifica rupturas de esta con algunas de las teorías y metodologías predominantes en las relaciones públicas.

2. *Relaciones públicas su origen*

Las funciones asignadas a la comunicación en las relaciones públicas (RR. PP.) están intrínsecamente relacionadas con su nacimiento, según Cutlip, Center y Broom (2006), la práctica de las relaciones públicas nace a principios del siglo XX en los Estados Unidos en respuesta a una demanda de distintas organizaciones empresariales, institucionales, políticas y financieras, que ante la competencia requieren de asesoría para el manejo de la relación con sus públicos. Señalan, además, que desde su inicio las relaciones públicas han estado estrechamente vinculadas con las actividades de la alta dirección.

Una revisión conceptual y diacrónica realizada al concepto de Relaciones Públicas durante el periodo de 1970-2020 comprueba que además de su orientación gerencial, para «la década de 1970, pese a la falta de acuerdo en la definición de Relaciones Públicas, existe ya un común reconocimiento de su naturaleza persuasiva»(García Nieto, Viñarás Abad y Cabezuelo Lorenzo 2020, 8).

Esta característica marca el ejercicio de las Relaciones Públicas, práctica que, según Grunig y Hunt (2003), inicia en el siglo XIX de manera formal, debido a que tanto las organizaciones como los públicos se hacían mayores y más especializados, lo que dio como resultado la creación de una función de gestión-comunicación llamada relaciones públicas.

Si además de lo antes mencionado, se reconoce que fue en el contexto de las organizaciones empresariales, donde primero se empezó a sentir la necesidad de gestionar las relaciones entre los individuos que las integraban, se puede establecer que las RR. PP. encuentran pronto dos dimensiones o niveles fundamentales: el plano interno y el externo. Lo anterior, con la salvedad de que no se trataba de cualquier tipo de organización, sino que sus prácticas estaban particularmente justificadas en función de la actividad comercial (Jiménez Rodríguez, 1991).

Bajo esta orientación, emergen diferentes áreas de trabajo para la profesión, una de estas son las relaciones públicas con la comunidad. Si una empresa no garantiza la estabilidad con su entorno local o comunitario tiene afectación en sus ciclos económicos. Debido a esto, se vuelve necesario trabajar estratégicamente en la relación con estos públicos, a partir de lo cual surge este ámbito de las relaciones públicas, donde la persona profesional buscará liderazgos representativos que apoyen la organización para comunicarse sobre temas controversiales y mantener mecanismos para canalizar esta información a las direcciones de la organización (Gruning y Hunt 2003).

Las funciones y objetivos de las relaciones públicas obedecen consecuentemente a las necesidades de las organizaciones en el ámbito empresarial. Así, por ejemplo, la mayoría de las conceptualizaciones encontradas apunta a una función directiva que ayude a establecer y mantener líneas de comunicación mutua, entendimiento, aceptación y cooperación entre una organización y sus públicos. Esta tendencia fue expuesta en 1976 por el Dr. Rex F. Harlow, como la más fuerte, después de recopilar y analizar 472 definiciones (Harlow 1976, citado en Gruning y Hunt 2203).

Por su surgimiento, las relaciones públicas fueron concebidas como una herramienta de las empresas comerciales que les facilita una gestión estratégica de la comunicación, para mantener buenas relaciones con sus públicos y alcanzar así sus objetivos de producción de capital y de posición en el mercado.

Se colocaron, por tanto, al servicio del sistema capitalista vigente, para legitimar ante el público los intereses económicos y políticos de quienes detentan el poder (Krohling Kunsch 1998).

Entre el siglo XX y el XXI, se da una redefinición del marco conceptual de las relaciones públicas que responde a la necesidad de las empresas por encontrar nuevas estrategias y políticas que les permitan mejorar las relaciones con sus públicos, en particular cuando se encuentran con posiciones contrarias o conflictivas. Lo que da paso a la adopción de una gerencia denominada socialmente responsable, que incorpora los modelos simétrico bidireccional y de motivación mixta (García Nieto, Viñarás Abad y Cabezuelo Lorenzo 2020).

3. Modelos simétrico bidireccional y de motivación mixta

La perspectiva simétrica de las relaciones públicas encuentra como principales exponentes a James Grunig, Larissa Gruning y Todd Hunt, quienes sostienen que el modelo simétrico bidireccional constituye una ruptura con la visión global predominante en los otros modelos de las relaciones públicas, pues cambia la finalidad de influenciar los públicos en beneficio de la organización por la de alcanzar la comprensión mutua entre las partes (Gruning y Hunt 2003).

Con el ánimo de satisfacer no solo los intereses persuasivos de la propia organización, sino también y fundamentalmente de servir a los intereses del público, se convirtió en el nuevo concepto de las Relaciones Públicas: las llamadas Relaciones Públicas excelentes, que responden al modelo más refinado y avanzado propuesto por Grunig (Grunig; Hunt, 1984; Grunig, 1992), bautizado con el nombre «bidireccional simétrico» (García Nieto, Viñarás Abad y Cabezuelo Lorenzo 2020, 6).

Con postulados como la mediación, el entendimiento mutuo y satisfacer los intereses de ambas partes, este modelo busca alejarse de los anteriores y expone lo siguiente:

Las relaciones públicas se practican como una mediación entre la organización y sus públicos. La finalidad es la comprensión mutua, el entendimiento mutuo entre ambas partes. Buscan el equilibrio de la organización y el resto de los sistemas o subsistemas. En este modelo la investigación es formativa, muestra cómo es percibida la organización por el público y determina qué consecuencias tiene aquella sobre éste. Lo cual permite asesorar a la organización sobre la reacción del público ante las políticas y sobre cómo podrían ajustarse dichas políticas para servir mejor al interés del público (Gruning y Hunt 2003, 31).

Alcanzar resultados que beneficien igualmente a la organización y sus públicos planteó, sin embargo, algunos desafíos, pues como lo hacen ver sus autores, «el modelo se torna idealista, normativo y el reflejo más de un pensamiento que de una realidad empírica» (Gruning y Hunt 2003, 31). Por esto, en 1995, James Gruning, Larissa Gruning y David Dozier, proponen el modelo de motivación mixta que responde a lo siguiente:

Un nuevo enfoque, menos normativo y más concorde con la realidad profesional [...] Desde su papel de antagonista cooperante (es decir, servir a los intereses de ambas partes), el profesional dirige tácticas persuasivas dirigidas tanto al consejo de dirección de la organización como a sus públicos. Sin embargo, las organizaciones y los públicos necesitan encontrar un equilibrio, una posición central, entre los resultados deseados por ambos. En este marco aparece el modelo de Motivación Mixta. En él, las organizaciones y los públicos se presentan como titulares de intereses contrapuestos. Sin embargo, la negociación y el compromiso les permite encontrar un terreno común, una zona de acuerdo y de integración (Gruning y Hunt 2003, 37-38).

Ambos modelos sitúan a la persona profesional de relaciones públicas en una posición «neutral», en la que deberá tener como *objetivos de comunicación*, por un lado, mantener la estabilidad e imagen de la organización y, por otro, contribuir con mejoras a la comunidad de acuerdo con los intereses identificados.

En relación con la *construcción del conocimiento*, esta se da a partir de la investigación cualitativa que realiza de manera previa la persona profesional de relaciones públicas. Gracias a esta, conoce el nivel de entendimiento entre las partes y, así, encuentra un punto de equilibrio en la satisfacción de los intereses. Dicha investigación tiene como fin estudiar comportamientos y motivaciones de los públicos, que generen a la organización conocimientos científicos para una persuasión más eficiente.

El *diálogo* en estos modelos, según sus supuestos teóricos, se comprende como una comunicación bidireccional en la que ambas partes pueden enviar y recibir mensajes, lo que deberá llevar a la modificación de actitudes y comportamientos tanto de la organización como de los públicos.

Por otra parte, la *posición política* que dicen tener estos modelos es la de unas relaciones públicas neutrales, «socialmente responsables que deben regir la actuación de una persona natural o jurídica, con el fin de alcanzar y mantener el mutuo entendimiento entre una organización y sus públicos» (García Nieto, Viñarás Abad y Cabezuelo Lorenzo 2020, 9).

Sintetizo de estos dos modelos los siguientes principios: 1) conocimiento a partir de la investigación cualitativa, 2) diálogo para modificar actitudes y conductas, 3) política de neutralidad, orientada a la mediación y 4) objetivos de comunicación orientados a favorecer la imagen de la empresa y apoyar los intereses comunitarios.

La simetría, sin embargo, ya había sido considerada décadas atrás desde otra perspectiva de la comunicación, una que surgió en América Latina como producto de la reflexión crítica de procesos educativos presentes en la organización de grupos y movimientos sociales, que se conoce como comunicación popular.

4. Educación y comunicación popular

En el transcurso de los años 60, surge en Brasil la educación popular, un movimiento político, cultural y pedagógico, del cual Paulo Freire se presenta como una de las figuras más sobresalientes (Preiswerk 2008).

La educación popular tiene su origen en el proceso de organización obrera que se dio en los países latinoamericanos con la aparición y desarrollo del proletariado industrial, a través de la expresión sindical o el surgimiento de partidos con una orientación de clase proletaria, las cuales estaban llenas de experiencias educativas ligadas directamente a las exigencias de organización clasista de la clase obrera (Jara 1984).

Las primeras experiencias de educación popular se encuentran relacionadas con una educación orientada a procesos de alfabetización de personas adultas, sin embargo, pronto trascienden a otras regiones e influyen en diversas áreas del conocimiento, las cuales reflexionan y profundizan alrededor de la construcción pedagógica y política de la educación popular, una de ellas es la comunicación.

Díaz Bordenave distingue tres modelos fundamentales de educación. Esta categorización permite vincular la comunicación popular con el modelo que pone énfasis en el proceso, el de la educación popular (Bordenave 1976, citado en Kaplún 1985).

1. Educación con énfasis en los contenidos, también identificado por Freire (1969) como *educación bancaria*, pues lo que busca es depositar información en quien recibe la educación, para conseguir que aprenda la información indicada. En este modelo, la comunicación es bancaria, unilateral, vertical y transmisiva.
2. Educación con énfasis en los efectos, en esta el proceso educativo deberá moldear conductas e ideas para que quien recibe la educación haga lo que se le pide. Es una *educación manipuladora* que requiere de la comunicación para persuadir y lograr cambios de conducta.
3. Educación con énfasis en el proceso, se enfoca en un proceso participativo de acción-reflexión-acción, que hace que el sujeto piense para transformar su realidad. Esta es la pedagogía liberadora y transformadora reconocida como *educación popular*. En este modelo, la comunicación «ha de estar al servicio educativo, liberador y transformador; ha de estar estrechamente vinculada con la organización popular; y ha de (...) tener como metas el diálogo y la participación» (Kaplún 1985, 18).

El proceso de aprendizaje en la educación popular es endógeno, es decir parte de la persona educanda, quien es sujeto y protagonista, para quien «el hecho de leer implica una nueva manera de situarse en el mundo, de conocerlo, interpretarlo y transformarlo. La palabra escrita no es un mero instrumento de comunicación, sino una forma de aprehender la realidad social» (Preiswerk 2008, 42).

Mario Kaplún (2001) explica esta relación en el concepto de educomunicación y expone que no es posible separar comunicación y cognición, ya que, únicamente, cuando quien está aprendiendo llega a expresar sus ideas de manera que las demás personas puedan entenderle, es que verdaderamente comprende y aprehende.

En la educomunicación, la persona educanda no aprende únicamente a expresarse, sino que también hace efectivo su derecho a la comunicación, al poder participar dialógicamente en la construcción de saberes con los demás, pues el diálogo se da de manera horizontal

y comprende tanto el ejercicio de recibir mensajes como el de tomar parte activa en el proceso de su producción y transmisión (Beltrán 2007).

El diálogo es entonces, el punto de partida para construir conocimientos. Es hasta que existe la posibilidad de expresión y el reconocimiento del saber propio y ajeno, que cobran sentido los actos de educar y de comunicar, lo cual implica además trascender lo individual, pues compromete a todas y todos los actores del proceso. Es ahí cuando se da en primera instancia un trabajo colectivo de construcción del conocimiento de la realidad local, lo que permite un descubrimiento y una «toma de conciencia» de las personas participantes (Preiswerk 2008). Para Núñez «todo hecho educativo implica un acto de comunicación y toda comunicación de hecho, incide en el nivel de conciencia, objetivo del proceso de educación» (1985, 127). La concientización tiene un papel central en la propuesta pedagógica de Freire, «que presenta a la conciencia como base personalizada e histórica del proceso de transformación social. Conciencia que es auténtica en la medida que está basada en el reconocimiento mutuo y no en la dominación de los unos por los otros» (Preiswerk 2008, 48).

La concientización trae consigo la liberación del oprimido, hablar de fines liberadores en la educación popular, remite a la pedagogía del oprimido y la pedagogía de la liberación de Paulo Freire, en la cual el autor habla de la contradicción entre opresores-oprimidos y de la liberación de ambos. Explica que «para los opresores, el valor máximo radica en el tener más y cada vez más, a costa, inclusive del hecho del tener menos o simplemente no tener nada para los oprimidos. Ser, para ellos, dice el autor, es equivalente a tener y tener como clase poseedora» (Freire 1980, 39).

La única referencia teórica que podía delimitar esta concepción educativa era la pedagogía crítica, de la cual se pueden señalar como supuestos: la participación social, la comunicación horizontal entre los diferentes actores que integran los estamentos, la significación de los imaginarios simbólicos, la humanización de los procesos educativos, la contextualización del proceso educativo y la transformación de la realidad social (Valverde 2011).

Los procesos de concientización y de liberación se encuentran interrelacionados y apuestan por una transformación en las condiciones de las personas más desfavorecidas (oprimidos), producto del sistema económico capitalista que genera e incrementa dichas diferencias a través de una violencia sistemática y estructurada que contribuye a la muerte de, como mínimo, una persona cada cuatro segundos (OXFAM Internacional 2022).

La «violencia económica» tiene lugar cuando las decisiones políticas a nivel estructural están diseñadas para favorecer a los más ricos y poderosos, lo que perjudica de una manera directa al conjunto de la población y, especialmente, a las personas en mayor situación de pobreza, las mujeres y las niñas, y las personas racializadas (OXFAM Internacional 2022, 2).

De manera que, en el mundo, «el 10 % más rico posee alrededor del 60-80 % de la riqueza, mientras la mitad más pobre posee sistemáticamente menos del 5 %» (World Inequality Lab 2022, 6). América Latina es la región que resulta más desigual, en esta la mitad más pobre obtiene apenas un 1 % de la riqueza (World Inequality Lab 2022).

Costa Rica no escapa a esta situación, ya que un 23 % de los hogares vive en pobreza y otro 21.5 %⁴⁵ se considera vulnerable, susceptible a caer en esta, lo que significa que un 44.5 % de las familias en el país sufre la opresión económica del sistema (Programa Estado de la Nación 2022).

Es ante estas condiciones de desigualdad que aflora el carácter político de la educación popular y la necesidad de un posicionamiento –también político– de quienes trabajan desde esta propuesta.

Sobre desigualdad sugerimos la producción de Juan Diego García Castro:

- Changing attitudes toward redistribution: The role of perceived economic inequality in everyday life and intolerance of inequality
- Percepción de desigualdad económica en la vida cotidiana e ideología política: un estudio con jóvenes de España.
Disponibles en: <https://kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/85575>
- Ideología de la desigualdad: Análisis de la investigación empírica en Psicología Social. Revista Electrónica de Psicología Política, 8(24), 67-87. Disponible en: http://www.psicopol.unsl.edu.ar/diciembre2010_Nota5.pdf

⁴⁵ La estimación de que un 21.5 % de la población es vulnerable de caer en pobreza, se realizó por parte del Estado de la Nación, a partir del parámetro de vulnerabilidad dado por la CEPAL, que indica tener ingresos hasta 1.8 veces la línea de pobreza.

La educación con énfasis en el proceso es, por tanto, «más que la adquisición de conocimientos o destrezas presentes en el pensum escolar, esta educación buscaba alcanzar en los sujetos la conciencia política, su organización y movilización para la transformación social» (Geerts, Van Oeyen y Villamayor 2004, 34). Así, comprender la realidad para transformarla conlleva otra dimensión básica de la educación popular, la dimensión política.

Para Pérez (2008), no hay ninguna educación neutra y la educación popular por su pedagogía de la liberación y su interés por crear conciencia de clase, no es posible sin una toma de posición política. Por tanto, construir una nueva forma de sociedad implica identificar las asimetrías existentes y realizar un esfuerzo consciente e intencionado de transformación.

En este proceso, la «EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN son dos aspectos de la lucha ideológica en total relación» (Núñez 1985, 127). El surgimiento de la comunicación popular está ligado a las luchas sociales y a movimientos de transformación que buscan salir de la reproducción de los mensajes de la clase dominante y, a través de la crítica y la reflexión, pasar a una conciencia de clase que permita su organización (Mata 2011).

Estas experiencias de comunicación ligadas a los procesos de alfabetización y de conciencia crítica, pronto encuentran que no es solo en el terreno de lo «ideológico y pedagógico» que se formará la conciencia de clase, sino que es en la práctica organizada. Una comunicación asociada a las organizaciones y los movimientos colectivos de carácter popular (Mata 2011, 8) que se convierte en «un instrumento imprescindible de la organización popular. Cuando ésta aprende a usarlo, el movimiento popular se potencia, se dinamiza, gana cohesión, crece en eficacia» (Kaplún 1985, 78).

La comunicación popular tiene entonces como objetivo la inserción orgánica y dialógica con grupos, organizaciones y movimientos populares para acompañar los procesos educativos de concientización crítica e intercambio de saberes, el fortalecimiento organizativo y la promoción de prácticas tendientes a transformar las condiciones de desigualdad y exclusión.

Si consideramos que cualquier sistema educativo es inseparable de la comunicación, es coherente que la educación popular, particularmente por su pedagogía de la liberación y su interés por crear conciencia de clase, contemple una comunicación que comparta la misma teoría, ideología, método, técnicas y, en la reflexión que nos ocupa, también unas relaciones públicas que le correspondan.

5. *Relaciones públicas para la transformación social*

Aunque las funciones y la conceptualización de las relaciones públicas han sido orientadas desde su origen por los intereses empresariales, lo anterior no significa, que estén destinadas de manera restringida a ese campo. El surgimiento de la educación popular en América del Sur y su influencia en iniciativas académicas y sociales potenció la práctica de la comunicación desde una construcción teórico y metodológica más crítica y social, de la cual las relaciones públicas también fue nutrida.

El crecimiento de la comunicación crítica y alternativa posibilitó espacios para el debate. Un ejemplo de esto es el Noveno Congreso de la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios en Comunicación, Unión Cristiana Brasileña (UCBC), donde tuvo lugar el panel «Relaciones Públicas al servicio de los intereses populares», en el cual autoras como Margarida Krohling Kunsch, Cicilia Krohling Peruzzo y José Queiroz, al lado de representantes de la clase trabajadora como Anísio Teixeira; ayudaron a forjar el inicio de una nueva visión de las relaciones públicas (Krohling Kunsch 1988).

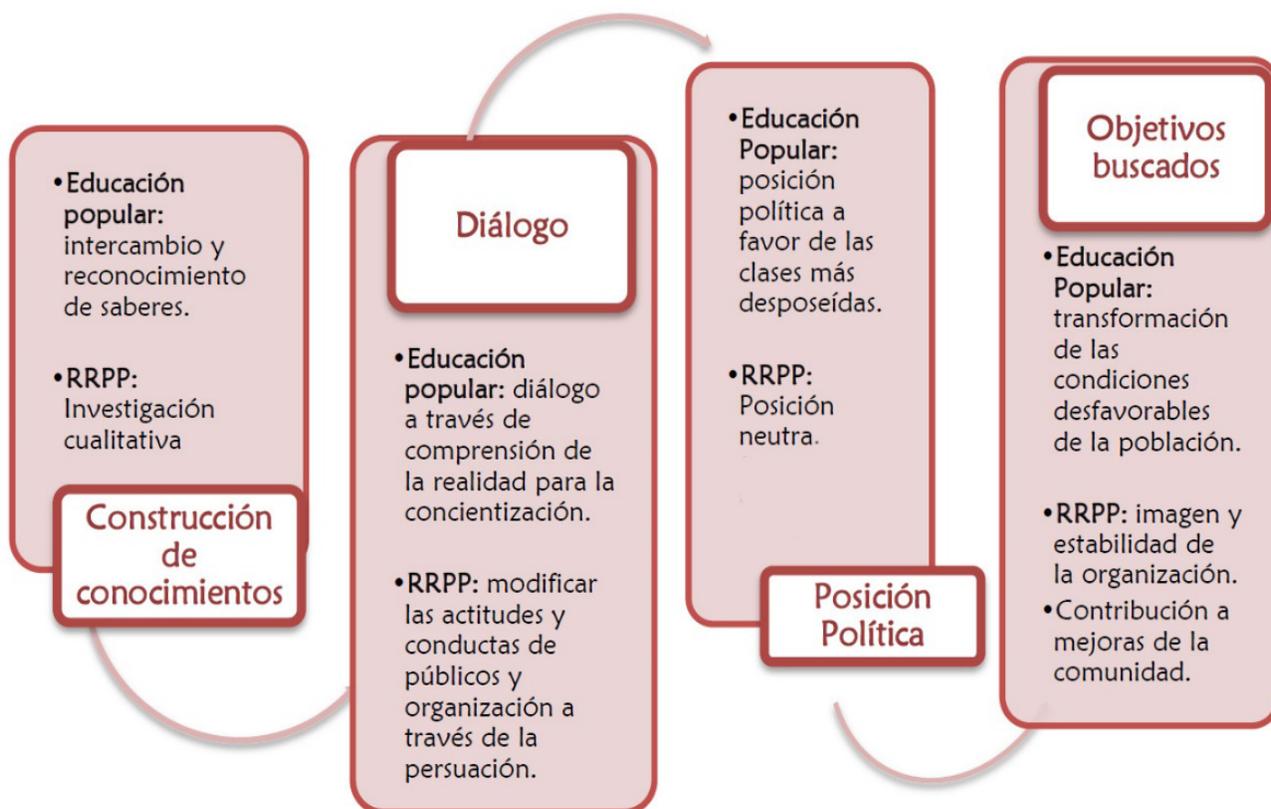
Un trabajo de relaciones públicas en las organizaciones populares deberá partir de una práctica enteramente nueva que se integre en una concepción libertadora de la educación, que se identifique con la realidad de esas agrupaciones sociales por medio de una acción conjunta con ellos en búsqueda de iniciar transformaciones sociales (Krohling Kunsch 1988, 8).

Para las relaciones públicas, esta concepción libertadora encuentra sustento en los postulados de la comunicación popular, de los cuales en la siguiente sección preciso cuatro fundamentos para la práctica de las relaciones públicas populares a partir del análisis y comparación con los modelos de relaciones públicas excelentes.

5.1 *Fundamentos para un modelo de relaciones públicas populares*

Como resultado de la revisión de los modelos simétrico bidireccional y de motivación mixta, así como de la concepción teórico-metodológica de la comunicación popular, se muestra en la figura 5 una comparación de los principales postulados que presenta cada perspectiva.

Figura 5. Comparación de los principales postulados las perspectivas analizadas



Fuente: Rodríguez 2011, 33.

A partir de esta comparación, analizo los nudos y distanciamientos presentes entre las dos perspectivas en relación con: 1) la construcción de conocimiento, 2) la comprensión del diálogo, 3) la posición política de la práctica y 4) los objetivos de comunicación.

5.1.1 Construcción de conocimientos

Practicar las relaciones públicas desde la ideología liberadora de la educación popular conlleva, en primera instancia, el reconocimiento de la existencia y la naturaleza de los saberes populares (Pérez 2008).

Reconocer los saberes implica también la crítica a una investigación y a un ejercicio de la comunicación extractivos, impulsados por fines academicistas, empresariales o profesionales, que pretenden únicamente ampliar el marco de conocimiento de una población, viéndola como objeto de investigación, o de intervención, pero no como sujeto de creación de conocimiento.

La investigación científica realizada por las relaciones públicas excelentes para garantizar una persuasión efectiva es una forma de generación de conocimiento extractivo, ya que en esta primerísima etapa se considera a los públicos como objetos de investigación y no como participantes en el proceso de construcción de conocimiento, colocando el método para obtener información por encima de los sujetos.

Cualquier ciencia que se base en la persuasión, no “manipulación”, aclaramos, no puede ser exacta, pues las mentes de los individuos que forman la opinión pública, y las costumbres de ésta evolucionan con el tiempo, no obstante, sí que es científico el medio y la suma de acciones que desarrollaremos para obtener esta persuasión (Cutlip, Center y Broom 2006, 67).

Otro ejercicio utilizado por estas relaciones públicas para la generación de datos es el *feedback* (retroalimentación). «Gran parte de las Relaciones Públicas actualmente en ejercicio utilizan el *feedback* como un sinónimo de comunicación bidireccional. Ese no fue su significado original. En la teoría cibernética, el *feedback* es comunicación que ayuda a una fuente a controlar la conducta de un receptor» (Gruning y Hunt 2003, 75).

La retroalimentación responde al paradigma transmisivo, el cual «tiene su origen en la creencia de que existen verdades absolutas [...] que unos (generalmente por su poder y riqueza) son dueños de los conocimientos y valoraciones válidas y que otros (generalmente la mayoría sin poder y sin riqueza) necesitan recibir desde los primeros esas verdades, conocimientos y valoraciones» (Vidal 2008, 218).

Esta es una lógica de comunicación que continúa basándose en los efectos, pues interesa la información de la contraparte en tanto el interés y objetivo propio de la organización, pero no parte en sí del reconocimiento y el intercambio de saberes. La educación popular responde en cambio a un proceso de alfabetización que surge del sujeto, quien aprende a reconocer el saber propio en diálogo, en su relación con las y los otros.

Pronunciar el mundo es solo un primer paso. Es necesario, entonces que esos saberes populares conversen con los estructurados o codificados. No se trata solo de un acto de respeto consistente en reconocer el derecho de los sectores populares a acceder a los saberes de los “cultos”. Se trata de una articulación crítica de los conocimientos que aportan todos los implicados en el acto educativo; sus valores, principios de organización, intencionalidad. Construir un conocimiento nuevo es abrirse al reto de cuestionar la legitimidad del saber propio desde el de los otros, y también al reconocimiento del error o la incertidumbre (Pérez 2008, 24).

Desde esta concepción, para aprender es necesario reconocer los saberes construidos por las personas a través de sus vivencias, lo que puede llevar a deconstruir lo aprendido por la persona educadora y en este caso de la relacionista pública para generar nuevo conocimiento.

Este intercambio de saberes en las relaciones públicas populares resulta fundamental, ya que es el punto de partida para reconocer lo significativo, los intereses y lo común, no de manera extractiva sino con un involucramiento orgánico en los grupos, organizaciones y movimientos sociales con los cuales se realiza un trabajo conjunto en la definición de los mensajes, lenguajes, formas y medios de comunicación, de forma tal que correspondan al momento organizativo y objetivos.

Únicamente, a través del diálogo, del reconocimiento de los otros saberes como válidos, de la escucha, de la problematización y de la puesta en común es que llegaremos a una nueva construcción del saber. Nuestros conocimientos científicos como personas comunicadoras y relacionistas públicas en conversación con los saberes de los actores «en espacios de comunicación donde hombres, mujeres, niñas y niños aprenden a manipular sus propios lenguajes, códigos, signos y símbolos, y adquieren poder para nombrar el mundo en sus propios términos» (Rodríguez 2010, 19).

5.1.2 Comprensión del diálogo

Grunig y Hunt (2003) exponen el diálogo como parte del modelo simétrico de motivación mixta para llegar a una persuasión en ambas vías, es decir que estas relaciones públicas buscarán «desde su papel de antagonista cooperante (servir a los intereses de ambas partes), el profesional dirige tácticas persuasivas tanto hacia el consejo de dirección de la organización como a sus públicos» (37).

Desde la comunicación popular, se ven estas prácticas como la utilización pseudoparticipativa de la comprensión del carácter activo del receptor, en las denominadas técnicas gerenciales, desde las cuales se apela a reforzar la participación de las personas trabajadoras y a fomentar flujos comunicativos ascendentes y horizontales, pero no para fines liberadores (Vidal 2008).

La pedagogía del oprimido expuesta por Paulo Freire en 1970, pone de manifiesto la relación oprimido-opresor, «trata de *de-velar* y *des-cubrir* las intenciones sociopolíticas y económico-culturales que el sistema como tal imprime con fuerza y tenacidad en las cabezas de cada uno de los actores» (Valverde 2011, 118, la cursiva está en el original). Expone así la marcada estructura de clase que trae consigo la implementación del modelo económico capitalista. Esta relación también se manifiesta en los vínculos que establecen algunas empresas con públicos como la comunidad o las personas trabajadoras. Con quienes, en muchas ocasiones, tienen que poner en práctica estrategias de relaciones públicas asimétricas persuasivas para la resolución de conflictos originados por la misma actividad comercial de la empresa; algunos ejemplos⁴⁶ pueden ser contaminación ambiental, incumplimiento de derechos laborales, maltrato animal, discriminación y expropiación de tierras.

Para Edward L. Bernays, pionero estadounidense de las relaciones públicas, la persuasión es uno de los ejes vertebrales de la profesión, ya que esta consiste en «estrategias de persuasión dirigidas hacia públicos objetivos para tratar de cambiar sus actitudes, ideas y acciones haciendo coincidir los intereses del público y los nuestros» (Bernays 1923, citado en Cutlip, Center y Broom 2006, 67).

⁴⁶ A modo de referencia de este tipo de estrategias, se puede evidenciar el discurso ambientalista que sostienen las petroleras más grandes del mundo quienes a su vez son responsables de más del 10 % de todos los gases de efecto invernadero emitidos desde la revolución industrial. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/06/150609_economia_gas_natural_ambiental_

En el caso las Relaciones Públicas Excelentes combinan tanto acciones simétricas como asimétricas, estas últimas empleadas principalmente desde el modelo de Motivación Mixta. Como dicen Grunig, Gruning y Dozier, «las tácticas asimétricas se suelen utilizar para alcanzar la mejor posición de las organizaciones en la zona de integración, pero el modelo es esencialmente simétrico, ya que estas prácticas están vinculadas a una percepción simétrica que respeta la integridad de las relaciones a largo plazo» (Dozier, Gruning y Gruning citado en Gruning y Hunt 2003, 38)

James Grunig, Larissa Grunig y David Dozier sostienen que el modelo simétrico bidireccional rompe con la práctica de las relaciones públicas basadas en la manipulación, pues busca ser más mediadora, mientras que el de motivación mixta sí recurre a tácticas persuasivas pero dirigidas tanto a públicos como a la dirección de la empresa para alcanzar un entendimiento mutuo (Gruning y Hunt 2003). En ambos casos, dichas propuestas se alejan de la concepción del diálogo dispuesta desde la educación popular.

Bajo la perspectiva de la pedagogía de la liberación, Freire plantea que el diálogo es necesario entre las personas para «pronunciar» el mundo y describe los requisitos para tener un diálogo verdadero. En primera instancia, señala que no hay diálogo si no hay un profundo amor al mundo y a la humanidad, tampoco lo hay sin la humildad, puesto que la pronunciación del mundo no puede ser un acto arrogante. Sostiene, además, que el diálogo implica una fe en el pueblo, en su poder de hacer y rehacer, de crear y recrear.

El diálogo para la educación popular es posible únicamente cuando es promovido para alcanzar fines transformadores, para ello la persona profesional en relaciones públicas tendrá una posición al lado de las personas oprimidas. En el caso de las relaciones públicas excelentes, en particular el modelo simétrico bidireccional, al suponer una neutralidad, encuentra una dicotomía acerca de qué intereses servir, lo que se expresa en dificultades para realizarse en la práctica. Sus autores resuelven esta situación con el modelo de motivación mixta, al considerar que los objetivos de las relaciones públicas han de coincidir con los de la misión de la organización, antes que con los del público (Gruning y Hunt 2003).

Estas prácticas de comunicación que utilizan la persuasión se consideran, desde la educación popular, más correspondientes con modelos «bancarios» y «manipuladores», donde se pone mayor énfasis en los contenidos y efectos que en los procesos. De esta manera, los públicos son depositarios de la información u objeto de manipulación, puesto que el objetivo es un cambio de actitud y de conducta para que concuerde finalmente con los intereses del

emisor. En estos, no existe una participación real, sino una pseudoparticipación, es decir, en apariencia se abren espacios para que educandos o receptores se sientan incorporados en las decisiones, pero los contenidos y objetivos ya están definidos y programados de antemano y no hay ninguna posibilidad de discutirlos o cuestionarlos (Kaplún 1985).

Los resultados esperados con el diálogo en estas relaciones públicas son contrarios a los buscados en la comunicación popular, ya que los modelos simétricos se concentran en resolver un conflicto o en evitarlo. Esa comunicación persuasiva parte de que

si la gente no quiere aceptar las nuevas conductas es siempre por «prejuicios», por «ignorancia», por «atraso». Y, en segundo lugar, trata de introducir la nueva conducta evitando el conflicto [...] Es decir, INCULCAR LAS NUEVAS ACTITUDES SIN PASAR POR LA REFLEXION, POR EL ANALISIS; SIN PASAR POR LA CONCIENCIA; SIN SOMETERLAS A UNA LIBRE ELECCION (Kaplún, 1985, 35, la mayúscula está en el original).

Como hemos venido afirmando, la comunicación dialógica por otra parte es expresión del conflicto, es enunciar las injusticias, es reconocer las asimetrías, es tomar conciencia crítica de estas realidades para orientar acciones colectivas que las reviertan.

Para Preiswerk (2008), el diálogo compromete a todos los actores del proceso, donde se da en primera instancia un trabajo colectivo de construcción del conocimiento de la realidad local, lo que permite un descubrimiento y una “toma de conciencia” de los participantes, la cual «no es posible sin una acción colectiva que la acompañe y que la sostenga, dándole una base de sustento material traducida en cambios en la forma de vivir del oprimido» (52).

Las prácticas comunicativas y políticas se tornan en elementos de identificación y posibilidades de acción conjunta (Mata 2011). Por lo que el diálogo es indispensable para la puesta en marcha de estrategias de relaciones públicas populares, en el contexto costarricense, que busquen establecer relaciones más participativas, procurar espacios más horizontales y colaborativos que sean tierra fértil para una reflexión crítica alrededor de los conflictos, para una comprensión de las realidades, así como para el fortalecimiento de las organizaciones y de la acción transformadora.

Una participación que implica «el involucramiento del público en la producción y en el manejo de los sistemas de comunicación. Más aún, implica el involucramiento del público “en los distintos niveles de producción”, de toma de decisiones y de planeamiento» (Catalán

y Sunkel 1991, 9). Lo anterior, nos plantea dos retos, por un lado, el desapego a los modelos de relaciones públicas tradicionales que nos sitúan, a las personas profesionales en comunicación, en una posición de poder. «Nosotros no tenemos que ser los emisores. El emisor es la comunidad. Es la comunidad la que se tiene que comunicar a través nuestro. Nosotros somos los FACILITADORES, los ORGANIZADORES, los ANIMADORES de esa comunicación» (Kaplún 1985, 77).

Por otra parte, supone el desafío de promover y gestionar el desenvolvimiento de los actores en la producción de contenidos estratégicos. Al respecto Núñez advierte que el nivel de participación «depende del grado de conciencia logrado a través del ejercicio comunicativo en sí y de las luchas reivindicativas desarrolladas» (1985, 209). Pues «nadie requiere sino los instrumentos necesarios para expresar y desarrollar su estado organizativo» (1985, 210).

La construcción colectiva de los instrumentos y mensajes considera a su vez el fortalecimiento de capacidades autogestionarias de comunicación por parte de los actores organizados. Las personas profesionales de relaciones públicas populares podrán considerar el desarrollo de procesos de educomunicación, con estrategias lúdicas, dialógicas y creativas orientadas bajo la concepción metodológica de la educación popular y en correspondencia con el estado organizativo y de conciencia de las personas y las organizaciones participantes.

En la Universidad de Costa Rica, las personas estudiantes pueden presentar propuestas ante la Vicerrectoría de Acción Social, en la modalidad llamada Iniciativas Estudiantiles, se trata de proyectos coordinados y ejecutados por personas estudiantes.

Un ejemplo es el siguiente proyecto:

Cabezas, María José, Josué Leiva, Fabiola Palacios y Melania Rodríguez. *Salgamos del viaje: encuentros creativos con población penal juvenil*. San José: Universidad de Costa Rica, Costa Rica. 2019. Disponible en: <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/81129>

Otros proyectos de Acción Social son realizados en el marco de fondos concursables, en estos pueden participar personas docentes y estudiantes a través del Trabajo Comunal Universitario.

Méndez, Zuirí y Vargas, Catalina. *Memoria del Campamento Audiovisual de Mujeres y Territorios: archivo del proceso + herramientas de comunicación*. San José: Universidad de Costa Rica, Costa Rica. 2021. Disponible en: <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/83886.3>

5.1.3 Posición política en la práctica de la comunicación

Equilibrio y neutralidad son horizontes a los que apuestan los modelos de las relaciones públicas excelentes, pues prevalece la idea de que la organización es un «sistema armonioso articulado», que en caso de presentar algún problema podrá recurrir a estrategias en comunicación, para devolver el equilibrio natural que se ha perdido. Es por eso, que «tanto a nivel mundial como latinoamericano, las RR. PP. tienen su origen en las contradicciones y rupturas que surgen en los ciclos económicos de las empresas de mercado. Su historia está inserta en los vaivenes de procesos económicos concretos»(Jiménez Rodríguez 1991, 29-30).

El supuesto funcionamiento de estas relaciones públicas parte de que el problema se resuelve con una buena gestión de la comunicación, capaz de conciliar los intereses de las partes, tal y como sucede con los modelos de motivación mixta y simétrico bidireccional. Esta perspectiva neutra de las relaciones públicas realiza mediaciones, a través de las cuales «las organizaciones utilizan las actividades “útiles” para hacer un bien a la comunidad para mejorarla a fin de que a la organización le sea más fácil trabajar allí» (Clark 1968, citado en Gruning y Todd Hunt 2003, 395).

Estas acciones son interpretadas por la comunicación popular desde dos ángulos. Por una parte, las señala como conductuales y manipuladoras, ya que buscan a través de estímulos positivos un cambio de actitud y de conducta en los actores a los que se dirige (Kaplún 1985). Por otro lado, las cataloga como una comunicación funcionalista enfocada en su tarea de hacer funcionar un sistema de poder para mantener el equilibrio y el orden en la sociedad, pero sin cuestionar dicho sistema (Alsina y Estrada Alsina 2017).

Las relaciones públicas excelentes se concentran en estrategias para resolver y atender desde lo micro, pero no abren el foco para comprender desde lo macro las razones de los resquebrajamiento entre los públicos y la organización, la cual está inserta en una lógica de producción vinculada a un modelo de desarrollo económico, promotor de asimetrías, desigualdades, exclusiones y violencias, que genera los conflictos que les ocupan.

Esta visión funcionalista responde a una comunicación, que «intenta presentarse como a-ideológica, y suele desarrollar metodologías positivistas y “neutrales”, pero esto solo se lleva a cabo una vez que acepta el a priori político del sistema donde se inserta» (Bisky 2009, 2). El no tomar posición implica tomar una posición, por eso, desde la educación popular, se afirma que «no se puede pensar en una educación neutra, ya que todas están preñadas de asuntos, premisas, y modos de hacer que las hacen parte de un proyecto, de un ideal de sociedad, sean o no sus participantes conscientes de ello» (Pérez 2008, 22).

La neutralidad no es una opción en las relaciones públicas populares. Estas requieren de una posición ante las relaciones de poder desiguales en el modelo de desarrollo capitalista. Una posición política al lado de los grupos sociales más desfavorecidos, que contribuya a las iniciativas de concientización crítica, a su organización y a la transformación de las condiciones de opresión existentes.

5.1.4 *Objetivos de comunicación*

Según Grunig y Hunt (2003), los objetivos de relaciones públicas pueden establecer efectos simétricos o asimétricos. Los efectos, explican, pueden ser cognitivos, de actitud o de comportamiento, los cuales según la naturaleza se pueden distinguir de la siguiente manera:

1. Comunicación: el público objetivo recibe un mensaje.
2. Retención del mensaje: los receptores del mensaje no solo lo reciben, sino que deberían retenerlo. Este objetivo es esencialmente de comprensión, pero no significa que el receptor esté de acuerdo con dicho mensaje.

3. Aceptación de las cogniciones: el público no solo retiene el mensaje de las creencias del otro, sino que lo acepta; las creencias respecto a una realidad.
4. Formación o cambio de actitud: el público evalúa favorablemente y tiene el propósito de cambiar su conducta.
5. Conducta evidente o abierta: el público objetivo cambia o inicia, en realidad, una conducta nueva.

En correspondencia con lo anterior, los efectos buscados dependerán de la necesidad de la empresa. La complejidad de alcanzar uno u otro objetivo también varía según lo requerido. De manera que, para el primer efecto, únicamente bastará con enviar el mensaje, con transmitirlo. Para el segundo, además de transmitir el mensaje necesitará lograr que este sea comprendido. En el tercer caso, se subirá un nivel más, ya que una vez que se logró la comprensión del mensaje se buscará su aceptación. El cuarto objetivo radica en obtener un cambio de actitud favorable hacia los fines de la empresa. Todo lo anterior, para finalmente, lograr como efecto una nueva conducta.

Estos objetivos se pueden enmarcar en los modelos de comunicación con énfasis en los contenidos (bancaria) y con énfasis en los efectos (manipuladora), en los cuales la comunicación es dirigida y espera que el receptor *aprenda* y que *haga* (Kaplún 1985).

La comunicación popular también «se plantea un “cambio de actitudes”; pero no asociado a la adopción de nuevas tecnologías ni al condicionamiento mecánico de conductas. El cambio fundamental aquí consiste en el paso de un hombre acrítico a un hombre crítico» (Kaplún 1985, 72). La educación popular está dirigida a la formación de las personas como sujetos y protagonistas, cuando se habla de un objetivo de transformación se está haciendo referencia,

al impulso de procesos educativos, críticos, creativos, integrales, que desarrollan capacidades de las personas participantes para ser sujetos protagonistas de cambios en los distintos espacios en los que se participa o de los que se forma parte, y no para ser objetos pasivos de los cambios que las fuerzas sociales, políticas, culturales o ideológicas dominantes o hegemónicas orientan (Jara 2018, 222).

Desde la perspectiva de la educación popular, los cambios en la conducta responden a procesos de reflexión y análisis de la conciencia. «La expresión “concientización” tiene un lugar central [...] Permite detectar la evolución filosófica e ideológica de Freire: desde un análisis

de la conciencia personal inmersa en la fenomenología existencialista y personalista, hasta una visión más radical, ligada primero a un cristianismo revolucionario y después al marxismo» (Preiswerk 2008, 46).

De acuerdo con Preiswerk, se pueden identificar cuatro etapas en la concientización:

1. La primera es el descubrimiento y la formación de la persona humana en el mundo de sus derechos, sus responsabilidades hacia las demás, su trascendencia sobre el mundo.
2. La segunda es una tarea pedagógica, donde se pasa de una conciencia transitivo-ingenua, que no logra discernir las causas objetivas y donde el diálogo se distorsiona y confunde, a una conciencia transitivo-crítica en la cual se llegaría a una educación dialogal y activa, orientada hacia la responsabilidad social y política, caracterizada por la profundización en la interpretación de los problemas.
3. La tercera comprende una intervención pedagógica y política que permite pasar de una acción de rebeldía a una acción revolucionaria, de una resistencia activa a la transformación eficaz. La concientización es tanto la interpretación de la experiencia del oprimido y de la sociedad que genera la presión, como el reconocimiento de la necesidad de un compromiso para transformar dicha realidad.
4. La cuarta y última etapa plantea que no se puede concebir a la conciencia sin el cuerpo; el organismo impide que representaciones que amenacen contra su equilibrio lleguen a la conciencia clara. La toma de conciencia de la opresión y la necesidad de una acción transformadora provocan angustia al oprimido, de ahí que necesite una toma de conciencia adecuada a su situación para poder sobrevivir en medio de ella (Preiswerk 2008, 46-52).

Técnica para la reflexión sobre la primera etapa de concientización

¿Cómo ha sido tu viaje en la vida?

¿Qué tensiones y desigualdades has encontrado? ¿Qué te gustaría transformar?

Escoge uno o varios emojis con medios de transporte

 y relaciona tu experiencia de viaje en la vida, tratando de responder las preguntas anteriores y vinculándolas con fundamentos de la educación y comunicación popular, como el respeto por los saberes, el diálogo, la participación o la acción colectiva para la transformación social.

Por ejemplo: mi viaje ha sido como ir en bicicleta, con poco, me siento ligera y aunque las cosas van lento voy tratando de buscar el equilibrio en mi vida y de respetar el ambiente.

La concientización en las etapas propuestas por Preiswerk (2008) incorpora algunos objetivos de la comunicación. En la primera etapa, es necesario un diálogo para compartir a la persona un mensaje que lleve a la reflexión, la pregunta, el descubrimiento y la formación en sus derechos. En una segunda etapa, se da una interpretación crítica de los problemas, que pasa por la comprensión amplia y profunda. En la tercera etapa, la concientización da lugar a un cambio de actitud al reconocer la necesidad de un compromiso para transformar dicha realidad. Lo anterior, conlleva en la cuarta etapa a la realización de una acción, es decir una nueva conducta que busca la transformación social.

Al describir los objetivos que se proponen en cada perspectiva de comunicación (las relaciones públicas excelentes y la comunicación popular) resalta una pregunta: ¿cuál es la diferencia entre los objetivos si en ambas se establecen etapas para la información, la comprensión del mensaje, la interiorización de este, el cambio de actitud y finalmente de conducta?

A continuación, detallo algunas aclaraciones medulares:

La comunicación popular pone su énfasis en el proceso. Las etapas no se pueden comprender por separado, cada una responde a un proceso educativo orientado a la concientización del sujeto. A diferencia de los modelos de relaciones públicas, donde el objetivo dependerá del efecto buscado y cuando se alcanza finaliza la acción comunicativa.

La información aportada en el proceso debe de ser problematizada. Si bien el énfasis para la construcción de conocimiento está en el diálogo, el intercambio y la interacción de las personas participantes, esto no significa que se prescindiera de la información. Esta es vista como un momento fundamental del acto de conocimiento, siempre que sea problematizada.

Un dato, un aspecto de la realidad, puede ser indispensable para que el grupo avance. Y el educador (o el comunicador) no debe dejar de aportarlo. Pero esa información debe responder a una previa problematización: a una necesidad que el grupo siente, a unas preguntas que éste se formula, a una búsqueda, a una inquietud (Kaplún 1985, 57).

Las personas participantes en la comunicación son sujetos y no objetos. Las protagonistas del acto de comunicación son las personas participantes, producen y comunican sus propios mensajes, la comunicación popular responde a un modelo endógeno. Mientras que las relaciones públicas excelentes tienden a tener un accionar exógeno, porque están planificadas desde afuera del destinatario, quien es visto como objeto de la comunicación (Bordenave 1976, citado en Kaplún 1985).

La comunicación responde a procesos permanentes y sistemáticos. La comunicación popular está enfocada en apoyar procesos de alfabetización, concientización y transformación, lo que implica un trabajo constante y sistemático en el tiempo. Mientras que, para una comunicación persuasiva «la conciencia, la libertad, molestan, fastidian. Hacen perder tiempo. Hay que lograr un resultado: no que la persona piense, discuta la cuestión y tome una decisión libre y autónoma» (Kaplún 1985, 36).

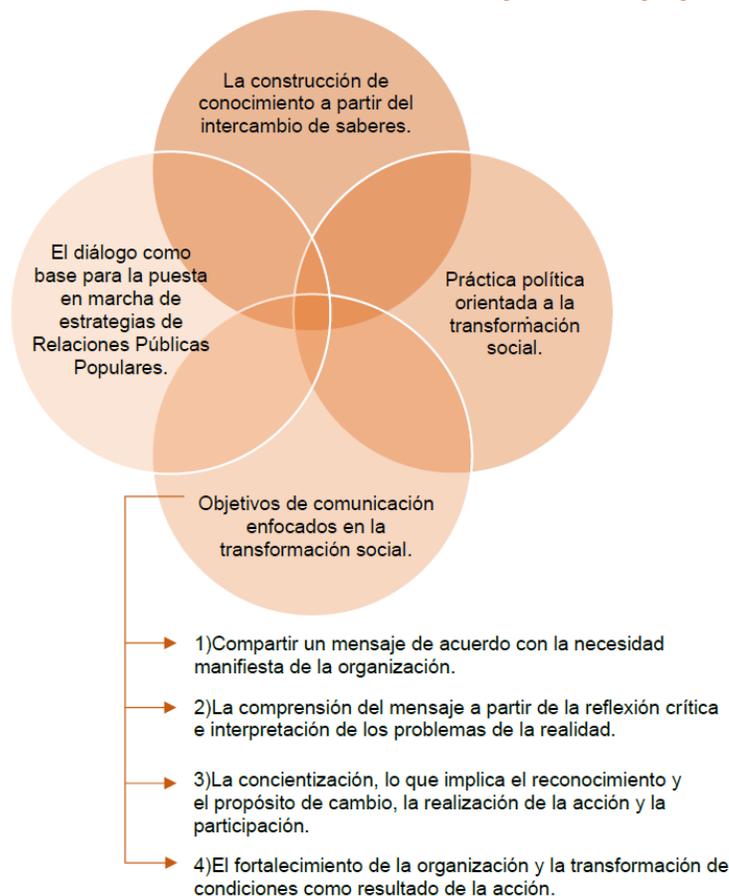
Este énfasis de la comunicación en los procesos permanentes y sistemáticos y en la participación de los actores como sujetos protagonistas de sus acciones, «no busca conocer o contemplar la realidad social desde fuera, sino que pretende descifrar desde el interior del movimiento histórico su sentido, interviniendo activa y conscientemente a su transformación» (Jara 1984, 4).

Coherente con esta propuesta, las relaciones públicas populares procurarán que sus objetivos de comunicación estén enfocados en la transformación social.

Ahora bien, los resultados esperados de las estrategias de relaciones públicas populares durante las diferentes etapas pueden variar según el momento, pero ser sumatorias al proceso de educomunicación y de transformación social de las organizaciones. Las acciones de

comunicación podrían esperar: 1) compartir un mensaje de acuerdo con la necesidad manifiesta de la organización, 2) la comprensión del mensaje a partir de la reflexión crítica e interpretación de los problemas de la realidad, 3) la concientización, lo que implica el reconocimiento y el propósito de cambio, 4) la realización de la acción y la participación y 5) el fortalecimiento de la organización y la transformación de condiciones como resultado de la acción.

Figura 6. Fundamentos de las relaciones públicas populares



Fuente: Elaboración propia.

6. Consideraciones finales

La comparación crítica entre las dos perspectivas de comunicación revisadas en este texto permite evidenciar cuatro fundamentos de las relaciones públicas populares.

1. La construcción de conocimiento a partir del intercambio de saberes.
2. El diálogo como fundamento para la comunicación.
3. Las relaciones públicas populares como una práctica política.
4. Los objetivos de comunicación dirigidos al fortalecimiento organizativo y a la transformación social.

La delimitación de dichos fundamentos se realiza en consideración de explicitarlos como medulares para la práctica de unas relaciones públicas basadas en la educación popular. A pesar de ello, en la práctica, estos se encuentran amalgamados como parte de un proceso de comunicación integral. Así, para alcanzar los objetivos de transformación se requiere de diálogo e intercambio de saberes y el diálogo y la construcción de conocimiento en estas relaciones públicas se da solo si existe una posición política que encara al sistema económico predominante, en favor de los grupos más vulnerabilizados por este.

En América Latina, la construcción de esta perspectiva crítica, dialógica y transformadora de las relaciones públicas data de 1980, aun así, en el ejercicio de la profesión, los modelos predominantes siguen siendo los más clásicos con posturas bancarias y manipuladoras. Esto aplica no solo para el ámbito empresarial, sino que también en muchas organizaciones y movimientos sociales se utilizan al considerarlos más ventajosos en términos de tiempo y esfuerzo.

Al respecto, Kaplún sugiere a las personas comunicadores, que el uso de estos modelos no apunta hacia una transformación social, pues solo cambia el contenido. Las propuestas de comunicación verticales y autoritarias no nos hacen eficaces, pues «lo impositivo sirve para dominar, pero no sirve para crear conciencia crítica ni para generar un proceso liberador. Solo cuando la gente comienza a decir su propia palabra, empieza a pensar por sí misma y a liberarse» (1985, 75).

El empleo de una comunicación con énfasis en los contenidos y los efectos supone a su vez un dilema ético para las personas relacionistas públicas que trabajan en organizaciones con fines sociales o de transformación social, pues resulta contradictorio criticar el autoritarismo siendo autoritarios, la manipulación siendo manipuladores y la exclusión cuando impedimos la palabra a los actores del proceso al no ubicarlos como gestores de la comunicación.

En su quehacer, muchas instituciones, organizaciones, agrupaciones populares y movimientos sociales requieren de una gestión de la comunicación estratégica y planificada que

acompañe sus objetivos y fortalezca su organización, desde una perspectiva de comunicación coherente con su posición ético-política. Lo que hace necesario continuar avanzando en la conceptualización de modelos como las relaciones públicas populares para apoyar procesos de transformación social en el ámbito comunal, sindical, institucional, universitario y organizacional.

Muchas instituciones, organizaciones y agrupaciones populares y movimientos sociales ya se han constituido como campo de trabajo para las relaciones públicas populares y se ha trascendido el mundo empresarial y gubernamental, pero siguen siendo estos últimos los espacios predominantes (Krohling Peruzzo 1993, 2).

Como persona estudiante, profesional, académica, directiva o participante de una organización, nuestro reto es el de repensar y reposicionar la práctica de las relaciones públicas en los diversos entornos y contextos, desde esta visión más dialógica, constructiva y participativa que acompañe y promueva desde los grupos y organizaciones los procesos de transformación y cambio social requeridos para alcanzar una sociedad más humanista, inclusiva y respetuosa de los derechos humanos y del ambiente.

Referencias bibliográficas

Alsina, Miguel Rodrigo y Anna Estrada Alsina. 2017. *Teoría de la Comunicación: La perspectiva funcionalista de las teorías de la comunicación*. Catalunya: Universitat Oberta de Catalunya. Acceso el 29 de setiembre de 2022. http://cv.uoc.edu/annotation/f655cf5885db9a092fe911a4f3d5f495/645490/PID_00245230/PID_00245230.html

Beltrán, Luis Ramiro. 2007. «Adiós a Aristóteles-Comunicación Horizontal». *Revista Punto Cero* 12, n.º15: 69-92. <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v12n15/v12n15a09.pdf>

Catalán, Carlos y Guillermo Sunkel. 1991. «La Tematización de las comunicaciones en América Latina.» Santiago: FLACSO. <http://flacsochile.org/biblioteca/pub/memoria/1991/000390.pdf>

Cutlip, Scott M., Allen H. Center y Glen M. Broom. 2006. *Manual de Relaciones Públicas eficaces*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000 de España.

Freire, Paulo. 1980. *Pedagogía del Oprimido*. Argentina: Siglo XXI.

- García Nieto, María Teresa, Mónica Viñarás Abad y Francisco Cabezuelo Lorenzo. 2020. «Medio Siglo de evolución del Concepto de Relaciones Públicas (1970-2020). Artículo de revisión». *Profesional de la información* 29, n.º 3: 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.19>
- Geerts, Andrés, Víctor Van Oeyen y Claudia Villamayor. 2004. *La práctica inspira. La radio popular frente al nuevo siglo*. Quito: Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER de Ecuador.
- Gruning, James E. y Todd Hunt. 2003. *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000 de España.
- Jara, Oscar. 1984. *Los Desafíos de la Educación Popular*. San José: Centro de Estudios y Publicaciones, ALFORJA de Costa Rica,.
- 2018. *La Educación Popular Latinoamericana. Historia y claves éticas, políticas y pedagógicas*. San José: Centro de Estudios y Publicaciones, ALFORJA de Costa Rica.
- Jiménez Rodríguez, Ana María. 1991. «Relaciones Públicas: orígenes, conceptos y perspectivas, un análisis crítico». Tesis de licenciatura. Universidad de Costa Rica.
- Kaplún, Mario. *El Comunicador Popular*. Quito: Editorial Belén de Ecuador, 1985.
- 2001. *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*. Quito: Ediciones CIESPAL de Ecuador. Acceso el 29 de setiembre de 2022. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/126221-opac>
- Krohling Kunsch, Margarida María. 1988. «Intereses populares al servicio de organizaciones públicas». *Revista Chasqui* 25: 6-12. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/14903>

- Krohling Peruzzo, Cecilia M. 1993. «Relações públicas, movimentos populares e transformação social». *Revista Brasileira de Comunicação* 16, n.º 2: 125-133. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-relacoes-publicas.pdf>
- Mata, Cristina. 2011. «Continuidades, transformaciones y desafíos». *Oficios Terrestres* 26, n.º 26: 1-22. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/32752>
- Núñez, Carlos. 1985. *Educar para transformar, transformar para educar. Una perspectiva dialéctica y liberadora de Educación y Comunicación Popular*. Guadalajara: IMDEC A.C. de México.
- OXFAM Internacional. 2022. «Informe: Las desigualdades matan». <https://oxfamilibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/621341/bp-inequality-kills-170122-es.pdf>
- Pérez, Esther. 2008. «La promesa de la pedagogía del oprimido». En *¿Qué es la Educación Popular?*, editado por José Ramón Vidal, 17-29. Habana: Editorial Caminos.
- Preiswerk, Mathias. 2008. «Raíces y plataformas de la Educación Popular». En *¿Qué es la Educación Popular?*, editado por José Ramón Vidal, 31-52. Habana: Editorial Caminos.
- Programa Estado de la Nación. 2022. «Informe Estado de la Nación 2022». <https://estadonacion.or.cr/?informes=informe-estado-de-la-nacion-2022>
- Rodríguez, Clemencia. 2010. «De Medios Alternativos a Medios Ciudadanos: Trayectoria teórica de un término». *Folios*, n.º 21: 13-25. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/view/6416>.
- Valverde, Francisco. 2011. «Pedagogía de la liberación. De la Educación opresora a la Educación liberadora. Un vistazo a la educación en el siglo XXI desde Paulo Freire». *Pensamiento Actual*, n.º 16-17: 117-131.

Vidal, José Ramón. 2008. «Pensemos en la comunicación», en *¿Qué es la Educación Popular?*, editado por José Ramón Vidal, 215-227. Habana: Editorial Caminos.

World Inequality Lab. 2022. «Informe Sobre La Desigualdad Global 2022». <https://dds.cepal.org/redesoc/publicacion?id=5585>

De las relaciones públicas tradicionales a la comunicación comunitaria:

el caso del Movimiento por el Parto
Humanizado y Respetado en Costa Rica

Dyann Román Pérez

1. Introducción

Este capítulo nace como una reflexión teórico-práctica a partir del reto que enfrenté al realizar mi Trabajo Final de Graduación (TFG), en la Licenciatura en Comunicación Estratégica, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica⁴⁷: ¿cómo articular las herramientas de la comunicación estratégica y las relaciones públicas tradicionales que fueron creadas para alcanzar los objetivos de organizaciones principalmente corporativas, con modelos organizacionales con fines prácticamente antagónicos como lo son los movimientos sociales que buscan la justicia social más que el beneficio de un grupo de poder?

Para contestar a esta pregunta repaso algunos de los planteamientos de las relaciones públicas y la comunicación organizacional para reconocer la evolución de este ejercicio profesional y cómo, a la vez, nacen críticas a sus definiciones y aplicación. Simultáneamente, en la academia, se consolidan los movimientos sociales como objeto de estudio y se desarrollan propuestas teóricas que buscan poner el conocimiento a disposición de quienes históricamente han estado en desventaja, de manera que puedan tomar lo propuesto por las teorías para gestionar los procesos comunicativos de sus organizaciones.

Para ello, describo el proceso de comunicación estratégica que desarrollé al lado del Movimiento por el Parto Humanizado y Respetado en Costa Rica (MPHR en adelante), que consistió en diseñar un plan de comunicación para apoyar los procesos de información, educación e incidencia entre sus públicos de interés.

Identifiqué al movimiento como una organización social y adapté algunas herramientas y planteamientos de las relaciones públicas tradicionales para construir procesos horizontales, participativos y desde una posición de facilitadora, tal y como lo abordan perspectivas teóricas como la comunicación comunitaria y la educación dialógica (Freire 1973).

Finalmente, a partir de mi experiencia, planteo una serie de reflexiones metodológicas, con el fin de que sirvan como insumo para quienes realicen procesos similares y puedan continuar conectando dos corrientes teóricas que en un inicio parecen opuestas, pero que tienen puntos

⁴⁷ Véase: Román Pérez, Dyann. 2019. «Estrategia de comunicación para el Movimiento que promueve el Parto Humanizado y Respetado en Costa Rica». Tesis de licenciatura, Universidad de Costa Rica.

de encuentro que nos permiten formalizar y respaldar la comunicación que se hace desde las organizaciones, más allá de las grandes corporaciones o instituciones públicas que trabajan por alcanzar sus objetivos.

2. *Contextualización: relaciones públicas tradicionales*

Aunque muchas acciones en el pasado reciente se consideraron como relaciones públicas (Grunning y Hunt 1984), es hasta el siglo XX cuando estas empezaron a consolidarse como una disciplina. Al estadounidense Ivy L. Lee se le considera la primera persona en poner en práctica los principios de las relaciones públicas en 1914 al plantear el ámbito social de las organizaciones, identificar la necesidad del planteamiento de objetivos y fungir como asesor de las acciones organizacionales (Castellano Ibarra 2010). En 1922, Edward L. Bernays escribe su libro *La nueva profesión de las Relaciones Públicas* y allí empieza a diferenciarlas de los agentes de prensa y *publicity*s de la época, al abogar por un ejercicio ético, profesional y socialmente responsable (Xifra 2003). Para Bernays, el objetivo del asesor de relaciones públicas era interpretar la organización ante el público y al público ante la organización (Xifra 2003).

Desde esta primera definición, las relaciones públicas comienzan a enmarcarse como un proceso basado en informaciones verídicas y confirmadas sobre la actuación de personas e instituciones; alejándose de las prácticas de encubrimiento de los primeros programas y campañas (García Nieto, Viñarás Abad y Cabezuelo Lorenzo, 2020). A partir de lo anterior, se desarrollan distintas definiciones que tienen en común el propósito de influir en las audiencias y modificar su comportamiento, por lo que se puede decir que se consolidaba en la definición el elemento de la persuasión, que empezaba a visibilizar su dimensión estratégica (Xifra 2003).

En la década de 1980, la definición de este ejercicio profesional se acerca más a la disciplina de la administración y, por tanto, toma un enfoque mucho más gerencial. Las relaciones públicas pasan a ser una forma de incidir la gestión o la dirección de una organización con el fin de obtener una actitud favorable de sus públicos (García Nieto, Viñarás Abad y Cabezuelo Lorenzo, 2020). En esta misma línea, muchas teorías y herramientas desarrolladas desde la rama de las relaciones públicas corporativas se han enfocado en el carácter gerencial antes mencionado. Un ejemplo es el plan estratégico de comunicación propuesto por Xifra (2003), Wilcox y Cameron (2001) donde se plantean los componentes que conforman una estrategia de comunicación, la teoría situacional de públicos propuesta por estos mismos autores y que

fue adaptada por Xifra (2003), así como el modelo de análisis de entorno propuesto por Paul Capriotti (2010).

Poco a poco las relaciones públicas fueron evolucionando hasta incorporar la reciprocidad y la adaptación además de integrar una dimensión más social que da un papel más activo a los públicos, que posiciona sus intereses y que busca un entendimiento de la organización hacia sus públicos y viceversa (García Nieto, Viñarás Abad y Cabezuelo Lorenzo, 2020). Esto se ve consolidado en el modelo simétrico bidireccional creado por Grunning y Hunt: «bidireccional en su comunicación y simétrico por la búsqueda de resultados equilibrados que beneficien igualmente a la organización y a sus públicos» (García Nieto, Viñarás Abad y Cabezuelo Lorenzo, 2020, 6).

A pesar de la evolución de la disciplina y de que siempre se ha hablado de organización de manera genérica, no se puede negar que las relaciones públicas (y en general la comunicación organizacional) nacieron y se desarrollaron a partir de los intereses de persuasión de un grupo particular y al servicio de consolidar la imagen de quienes podían acceder a ellas. Por ello, la disciplina y, principalmente, su carácter estratégico, se han construido mayoritariamente alrededor de empresas corporativas privadas y, en segunda instancia, entorno a instituciones gubernamentales. De hecho, existen conceptos de gestión de la comunicación como el presentado por Garrido (2017) donde la define como un «marco ordenador que integra los recursos de comunicación corporativa en un diseño de largo plazo, conforme a objetivos coherentes, adaptables y rentables para la empresa» (2017, 20).

A partir de lo expuesto, no es irracional asociar el ejercicio y la aplicación de la comunicación organizacional y de las relaciones públicas al ejercicio del poder y a los discursos hegemónicos (Peruzzo, 1993). Esto ha alejado de la disciplina a organizaciones de otros tipos, aquellas cuyos fines son prácticamente antagónicos, como los movimientos sociales. Por ello, otras perspectivas teóricas han sido desarrolladas con el fin de replantear el objetivo de esta área de la comunicación y transformarla de una herramienta disponible para los grupos poderosos (élites económicas y políticas) a un instrumento al servicio de organizaciones sociales, las cuales, a partir del contra discurso buscan la justicia social y la reivindicación de quienes históricamente han sido grupos sociales vulnerabilizados (Chinchilla Alvarado 2019).

3. Aproximación teórica

Desde mi perspectiva, en el desarrollo del plan estratégico de comunicación era fundamental reconocer la participación activa de las y los distintos actores sociales, comprendidos como sujetos de derechos que ejercen su accionar político sirviéndose de procesos de educación y comunicación. Por ello, el abordaje teórico desde el que me posiciono muestra una lectura crítica que reflexiona sobre la educación para el cambio social, la comunicación para el desarrollo, así como la comprensión de los movimientos sociales como actores protagónicos del proceso (Román Pérez 2019).

Al mismo tiempo incorporo elementos más pragmáticos de las relaciones públicas y la comunicación estratégica que eran funcionales para el proceso de comunicación que acompañé. Reconozco que tanto la epistemología como la ontología que subyacen en el enfoque clásico de la comunicación se oponen a la perspectiva crítica desde la que me posiciono. Por ello, me apoyo en *La política estratégica de la comunicación participativa* de Silvio Waisbord como punto de encuentro entre ambos abordajes (Román Pérez 2019).

Mientras evolucionaban los distintos conceptos y enfoques de las relaciones públicas, desde otras áreas de las ciencias sociales también se iba consolidando la teoría de los nuevos movimientos sociales. Estos nacen para diferenciarse de los movimientos que surgieron en Europa y Estados Unidos a inicios del siglo XX basados en la división de clases sociales (Delgado Salazar 2007). En los así llamados nuevos movimientos sociales, importan más las formas de expresión colectiva vinculadas con aspectos sociales y se considera todo lo relacionado con la identidad como uno de los principales motivos de movilización y participación de las personas. De hecho, estos movimientos se conocen como movimientos de identidad (Delgado Salazar 2007).

Según Delgado Salazar (2007) es necesario comprender que las personas permanecen unidas porque tienen esquemas interpretativos compartidos de la realidad (marcos de significado), que legitiman sus actividades, encierran sus valores y que dan sentido a la participación. Así, los movimientos se conciben como agencias de significación colectiva que difunden nuevos significados en la sociedad a través de formas de acción colectiva. Dichas formas de acción incluyen tres aspectos fundamentales:

la solidaridad como punto de partida, pues dota de un sentido de “nosotros” que permite la construcción de identidad; el reconocimiento de una situación como problemática que requiere ser cambiada y desde la cual se justifica y legitima su actuar (injusticia) y el tercer aspecto está relacionado con la intención del movimiento en provocar rupturas en las relaciones de poder y con ello diferenciarse de otros actores sociales que no tienen la intención de producir cambios (eficacia) (Román Pérez 2019, 29).

Sin embargo, para que esto suceda, es fundamental concientizar para el cambio, es decir, cuestionar el *statu quo*. Para ello, se sigue el planteamiento de educación para la liberación propuesto por Paulo Freire (1973). Según el reconocido pedagogo brasileño, la ciencia es un recurso que utilizan quienes se encuentran en una posición de poder para mantener el orden y así evitar el pensamiento crítico de las masas, el cual se desarrolla mediante la educación problematizadora o educación como práctica para la libertad.

A partir de lo anterior, Freire (1973) explica la teoría de acción dialógica que tiene cuatro elementos, que constituyeron la base para construir el proceso de comunicación con el MPHR. El primero es la *colaboración*. Todas las personas se identifican como iguales con deseos de transformar al mundo, aunque con funciones y responsabilidades distintas. El segundo es la *unión* que se logra cambiando los mecanismos que los opresores han creado para mantenerlos divididos.

Es en este punto donde hay un componente fundamental de conciencia de clase⁴⁸. Aplicado al caso específico, es aquí donde las integrantes del MPHR se reconocen como protagonistas, con el conocimiento necesario para empoderar a las mujeres y que puedan tener partos dignos. El tercer elemento lo constituye la *organización*, es decir, la búsqueda de la unidad y el liderazgo. El MPHR tiene más de 20 años de autogestión y un poco menos de reconocerse como un movimiento social. El cuarto y último elemento lo conforma la *síntesis cultural*, donde hay integración de las personas (profesionales y el pueblo) y ambos inciden sobre el mundo (Freire 1973, citado en Román Pérez 2019). Aquí las obstetras, enfermeras y otras profesionales trabajan articuladas con mujeres que han dado a luz en distintos contextos

⁴⁸ La teoría original de Freire parte de los presupuestos marxistas. Nace y crece en la época de los así llamados primeros movimientos sociales, altamente vinculados con el sindicalismo, para quienes la lucha de clases era el elemento central. En la medida en que los nuevos movimientos sociales se basan en la identidad y en las disputas sociales vinculadas a ella, el tema de la clase deja de ser central.

en Costa Rica, para que, a partir de su experiencia, puedan incidir en la percepción de cómo es un parto y se dejen de normalizar prácticas que, en no pocas ocasiones, terminan siendo violencia obstétrica⁴⁹.

Lo importante en este punto es resaltar que estos elementos desarrollados desde la educación para la liberación y, específicamente, su teoría de la acción dialógica son aplicables a la comunicación y fueron pilares en la construcción de la estrategia de comunicación para el MPRH (Freire, 1973). La colaboración, la unión y la organización se convirtieron en claves para garantizar un proceso horizontal y participativo que buscaba empoderar a las mujeres que forman parte de este movimiento social para transformar la realidad desde sus saberes y experiencias.

A partir de aquí, me acerco a la comunicación para el desarrollo que reconoce la importancia de la identidad cultural de las comunidades locales, la democratización y la participación en todos los niveles, en la construcción de una estrategia que debe nacer desde quienes serían los receptores tradicionales, es decir, la comunidad, en este caso los diversos colectivos que articulados conforman el MPRH (Servaes y Malikhao 2007). En mi trabajo, reconozco este enfoque participativo como un posibilitador para la construcción y el posicionamiento de mensajes alternativos (o que forman parte del contradiscurso), al mismo tiempo que se busca incorporar una perspectiva estratégica y es aquí donde me apoyo en el planteamiento de Sylvio Waisbord (2014) en *La política estratégica de la comunicación participativa*.

Además de ello, reconozco su propuesta como un punto de encuentro entre dos planteamientos que, como ya he mencionado, buscan fines prácticamente opuestos: por un lado las teorías tradicionales de las relaciones públicas y por el otro la comunicación comunitaria al servicio de los movimientos sociales. Desde mi perspectiva, las herramientas y demás recursos que fueron propuestos para perseguir los fines corporativos también deberían estar al alcance de otros tipos de organizaciones, pues las estrategias, tácticas y acciones planificadas de comunicación no son exclusivas de las organizaciones formales o con fines de lucro.

⁴⁹ En el documento *Enfoque basado en los derechos humanos del maltrato y la violencia contra la mujer en los servicios de salud reproductiva, con especial hincapié en la atención del parto y la violencia obstétrica*, la Relatora Especial de ONU utiliza el término «violencia obstétrica» para referirse a la violencia sufrida por las mujeres durante la atención del parto en los centros de salud. A esto, Arguedas (2014, citada en Román Pérez 2019, 62) agrega que «las diversas formas de expresión de control y opresión sobre los cuerpos/psiques de las mujeres y niñas que están embarazadas o que se encuentran en trabajo de parto».

Waisbord (2014) no solo posiciona la participación activa como eje fundamental, sino que evidencia cómo la movilización ciudadana ha potenciado el debate sobre el rol de la comunicación para el cambio social. Para él «la estrategia no es solo clave para los grandes intereses políticos y económicos, sino que también es fundamental para que los ciudadanos se movilicen y logren justicia social» (148). Él considera que los elementos de la comunicación estratégica tradicional deben integrarse en una perspectiva participativa que articule la comunicación, la acción colectiva y la política. Esta visión permite a las comunidades identificar problemas y diseñar soluciones.

Desde este enfoque, se habla de contra-públicos, es decir, «ciudadanos que forman alianzas para exigir derechos y corregir desigualdades sociales sistémicas y la mejora de los servicios» y esta movilización no es el resultado de acciones aleatorias (Waisbord 2014, 154). Los esfuerzos para promover el cambio social requieren de pensamiento estratégico, por lo que la acción colectiva utiliza ideas claves de la comunicación estratégica tales como las discusiones sobre objetivos, públicos clave, mensajes y tácticas apropiadas (Waisbord año, citado en Román 2019).

A partir de lo anterior, se pueden identificar puntos de encuentro entre ambas perspectivas; pero, al mismo tiempo, es importante aclarar las diferencias entre ambos enfoques y por qué es necesario acercar las herramientas del modelo tradicional al modelo de comunicación para el cambio social. Por ello, a modo de cierre de esta sección considero necesario hacer una breve caracterización de ambos modelos en la Tabla 9.

Tabla 2. Caracterización de los modelos de comunicación, a partir de Garrido y Waisbord

Modelo de comunicación tradicional	Modelo de comunicación para el cambio social
En función de la empresa como organización central.	Al servicio de otro tipo de organizaciones sociales.
Personas como receptoras de la comunicación.	Personas con rol activo en los procesos para lograr cambios.
Construida en jerarquía: de la organización hacia los públicos con distintos grados de participación.	Construida de manera horizontal: con profesionales de la comunicación como facilitadores del proceso.
Se centra en los objetivos que responden a un interés particular.	Se centra en la movilización ciudadana para lograr la transformación social
Define y trabaja con los públicos	Define y trabaja con los contra-públicos

Fuente: Elaboración propia, 2022.

4. *El parto humanizado como movimiento social*

Escribe la periodista Lola Huete que «la manera como se viene al mundo depende del mundo al que uno viene» (2012, párr.3). Por eso, parir puede ser un acto político que se ve permeado por las distintas realidades sociales, económicas y culturales en las que sucede.

Históricamente, los nacimientos eran atendidos por mujeres: una partera que guiaba el proceso y que en ocasiones era acompañada por otras mujeres que brindaban apoyo a quien daba a luz⁵⁰. También, era común que las mujeres parieran de pie o de cuclillas, pues esta posición hace que la fuerza de gravedad se convierta en una aliada y facilite el nacimiento (Lugones Botell y Ramírez Bermúdez 2012).

Sin embargo, es aproximadamente en el siglo XVII que inician los partos con la mujer acostada. Se señala que esta práctica se instauró porque al Rey Luis XIV le gustaba ver cómo

⁵⁰ El discurso del Movimiento por el Parto Respetado prioriza el uso del término «dar a luz» por sobre otros como «parir» (predominante en el léxico médico institucionalizado), como una estrategia retórica por la vía del eufemismo. «Parir» es un término que socialmente se asocia al proceso fisiológico y los elementos materiales asociados a este: sangre, gritos, dolor. Frente a este, «dar a luz» remite al nacimiento como acto creativo, luminoso; en síntesis, a la creación de la vida (Chinchilla Alvarado 2022).

nacían sus hijos (Aros 2021). Lo cierto es que esta posición resulta mucho más cómoda para quien atiende el parto que para la mujer que da a luz y por ello empezó a hacerse más frecuente, hasta convertirse en la única manera conocida de tener un parto para muchas mujeres. A esto, se sumó la profesionalización de la medicina y con ella no solo la desestimación de los saberes ancestrales, sino el reemplazo de las parteras por médicos que en la mayoría de los casos eran (y son) hombres (Dundes 1987). La medicina ha sido desarrollada por hombres y la atención de los partos no ha sido la excepción.

Como Foucault (1976, 1977, 1979) nos enseñó, el conocimiento es poder y quienes tienen acceso a él están en una posición de ventaja. En consecuencia, desde finales del siglo XX se ha señalado que desde la medicina en general y desde la obstetricia en específico, se han desarrollado mecanismos de ejercicio de poder para instaurar prácticas que han resultado en la sobremedicalización del parto (uso de oxitocina o pitocín en exceso, cesáreas innecesarias o la deslegitimación del parto en casa), en su atención como una enfermedad más que un proceso fisiológico (Chinchilla Alvarado 2019) (expresada en la frase «se mejoró» como si la mujer embarazada hubiera estado enferma) y en la instauración de prácticas desactualizadas o que en muchas ocasiones resultan innecesarias: tactos frecuentes, uso de fórceps o la aplicación de la maniobra de Kristeller (la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha señalado los efectos negativos que puede tener esta práctica en quien nace) (Becerra y Failoc-Rojas 2019).

Ante este panorama, a nivel mundial han surgido agrupaciones como el Parto es Nuestro en España y la Red de parteras de Chiapas, por mencionar algunas, que no solamente buscan reivindicar los saberes ancestrales en la atención del parto y su concepción como el proceso natural que es, sino que este sea atendido considerando que el entorno incide en la mente y cuerpo de la mujer que está trayendo una nueva vida al mundo (Davis-Floyd, 2001). Por ello, estas agrupaciones buscan garantizar que el parto se dé bajo las mejores condiciones, iniciando con el trato que la mujer o persona gestante recibe cuando llega al servicio de emergencias, en caso de que suceda en un hospital.

Vale la pena señalar que parte de las causas principales bajo las que inicia el movimiento por el parto respetado a nivel global, se vinculan con el derecho a decidir que debería tener una mujer (o persona gestante) sobre si dar a luz en un hospital, o en un ambiente diferente, como puede ser su casa (Román Pérez 2019).

A pesar de que el parto en casa es uno de los temas sobre los que trabaja este movimiento social, en muchas ocasiones se ha reducido su razón de ser solamente a esta causa. Esto

ha incidido en la imagen que se ha creado del MPHR, principalmente por la cobertura que han hecho los medios de comunicación masiva sobre su trabajo (Chinchilla Alvarado 2019). En general, se muestra el parto respetado como sinónimo de parto en casa, cuando no son lo mismo; se utilizan términos como parteras y doulas como si fueran sinónimos y se suelen deslegitimar su conocimiento y prácticas.

La razón de ser del movimiento en Costa Rica, al igual que en otras partes del mundo, no solo es poner a disposición de las mujeres embarazadas el conocimiento y la información necesaria para que tengan nacimientos respetados para ellas y sus bebés, sino poner fin a la violencia obstétrica, considerada la última frontera a la violencia de género en función de lo normalizada que está (Quiroga 2019).

Para ahondar un poco en el contexto en el que trabaja el MPHR, vale la pena mencionar que el 99 % de los nacimientos en Costa Rica se atienden en hospitales y, de ellos, el 94 % suceden dentro del sistema de salud público (Instituto Nacional de las Mujeres [IMANU], Instituto Nacional de Estadística y Censo [INEC] y Ministerio de Salud 2018).

Por ello, desde hace más de 20 años un pequeño grupo de mujeres han buscado transformar la manera como se atienden los partos en los hospitales costarricenses, dado que la violencia obstétrica siempre ha estado presente aunque ha tratado de invisibilizarse por parte del Estado (Arguedas 2014). De hecho, es hasta el año 2019, cuando se publica la Encuesta de Mujeres, Niñez y Adolescencia (INEC, INAMU 2019), que se utiliza por primera vez el término por parte de una institución pública. En la presentación de los resultados se menciona que un 58 % de las mujeres costarricenses que dieron a luz entre 2016 y 2018 sufrieron alguna práctica violenta, como no poder elegir la posición a la hora de dar a luz, la realización de procedimientos sin su consentimiento, o malos tratos por parte del personal médico (Pérez González 2019).

La Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS), institución encargada de los temas de salud pública en el país, ha creado diferentes guías y lineamientos para garantizar la atención humanizada del parto. En el año 2009, se publica la *Guía de atención integral a las mujeres, niños y niñas en el periodo prenatal, parto y posparto en Costa Rica*. Esta tenía como objetivo unificar los criterios básicos que se aplican en la atención de mujeres, niños y niñas durante el periodo de embarazo, parto y posparto (CCSS 2009).

En el año 2015, la CCSS reconoce la necesidad de brindar a la mujer embarazada un abordaje integral, como consecuencia se actualiza este documento que resulta en la publicación del *Modelo de Atención Calificada en el Embarazo, Parto, Postparto; centrado en la*

mujer, la familia gestante, la comunidad, la gestión humanizada y la pertinencia cultural en las Maternidades de la Caja Costarricense de Seguro Social; normativa vigente tanto en los centros de salud públicos como en los privados, en todo el país (Caja Costarricense del Seguro Social, 2017).

El cumplimiento de esta normativa ha resultado muy arbitrario y la mayoría de las mujeres no conocen todo lo que la institucionalidad en salud costarricense ya establece para protegerlas y garantizar sus derechos (Román Pérez, 2019). Por ello, el MPHR ha centralizado su lucha no solo en que las mujeres conozcan sus derechos como se indicó, sino que se cumpla la normativa ya existente para todas las mujeres y que no dependa del hospital o de la persona que atendió el parto.

Es relevante indicar que en el año 2021 Costa Rica aprobó la Ley 10081: Derechos de la mujer durante la atención calificada, digna y respetuosa del embarazo, parto y postparto y atención del recién nacido, por lo que ahora también parte de los objetivos del MPHR son velar por el cumplimiento de esta ley.

El movimiento en Costa Rica inició hace aproximadamente 20 años, con la llegada al país de Rebecca Turecky y Marie Tyndall dos norteamericanas con la visión de que los partos podían atenderse de forma diferente. Las actividades comenzaron con la traducción de afiches y textos en inglés, «porque en esos años donde no había casi internet, no había información accesible en español, entonces nosotras traducíamos los textos a mano, les sacábamos fotocopias y los entregábamos a la gente afuera de las maternidades» (Rebecca Turecky, comunicación personal, 9 de setiembre de 2019).

Turecky y Tyndall fundaron Mamasol, organización pionera en Costa Rica. Conforme fue pasando el tiempo se sumaron más mujeres y se crearon más colectivos como Anidar, Mamá Surá, Amarú y la Fundación Previda que buscan la atención integral y el empoderamiento de las mujeres en el embarazo, parto, posparto y lactancia.

Algunas de las actividades que han realizado a lo largo de los años incluyen charlas de preparación para el parto, clases de yoga prenatal, asesorías en lactancia materna y la creación de la escuela de doulas⁵¹. Cada colectivo es autónomo, pero es muy común que trabajen y se

⁵¹ La doula provee acompañamiento y apoyo emocional durante el embarazo, parto y posparto, Durante la labor, sugiere medidas de comodidad y acompaña a la mujer en todo momento. En el posparto ofrece información y apoyo emocional a la madre mientras se ajusta a su nuevo rol. En cuanto a la alimentación infantil, promueve la lactancia materna pero respeta las decisiones y deseos de la madre. Escucha a la madre y le sugiere herramientas para propiciar el vínculo entre ella y su bebé.

organicen en conjunto para actividades de mayor visibilidad e incidencia. Algunos ejemplos han sido las ferias de parto respetado, espacios donde han trabajado en conjunto para poner información al alcance de muchas mujeres, han organizado «plantones» como acciones de protesta y se han sumado a marchas como las del 8M, día contra la violencia hacia las mujeres y las del 25 de noviembre.

Este trabajo conjunto y los valores compartidos han ayudado a construir el movimiento, aunque hasta hace poco tiempo sus integrantes lo identifican como tal. Sus organizaciones y el movimiento que constituyen al articularse tienen una cultura basada en el respeto, la horizontalidad, la sororidad y en el empoderamiento como medio de transformación para combatir el statu quo no solo de, por y con otras mujeres, sino sobre ellas mismas (Chinchilla Alvarado 2019). Es a partir de este último punto que identifican un vacío en su dirección y estrategia para interactuar con los diversos públicos, especialmente a partir de un caso muy específico con un medio de comunicación y es allí donde aparece mi oportunidad y aporte desde el área de la comunicación, en el marco de la elaboración del TFG.

5. De la teoría a la práctica: comunicación estratégica para el Movimiento por el Parto Humanizado y Respetado Costa Rica

La construcción de una estrategia incluye la integración de herramientas desarrolladas desde las teorías tradicionales de la comunicación y las relaciones públicas. Según Wilcox y Cameron (citados en Xifra 2003), un plan estratégico de comunicación inicia con un diagnóstico, es decir con una investigación que dará la mayor cantidad de insumos para conocer la situación que se busca transformar mediante las acciones de comunicación (Xifra 2003).

Para esta estrategia, hice un análisis de entorno siguiendo lo propuesto por Paul Capriotti (2010,16), pues para el comunicador argentino es necesario identificar «las instituciones o fuerzas que afectan la actuación de la organización, y sobre las cuales esta tiene muy poco o nulo control». Para ello, apliqué la herramienta PEST, que ayuda a identificar elementos del entorno político-legal, económico, sociocultural y tecnológico, los cuales son importantes de considerar a la hora de construir una estrategia. Por otra parte, también utilicé la teoría situacional de públicos presentada por Gruning y Hunt, que fue adaptada por Xifra (2003). Esta plantea que las organizaciones están en una constante relación con sus públicos, por lo que pueden desarrollar vínculos con ellos y estos públicos pueden llegar a incidir positiva o negativamente dentro de la organización, por ello resulta fundamental identificarlos.

Esman, citado en Xifra (2003), identificó cuatro tipos de vínculos que son necesarios para la supervivencia de la organización. Vuelvo a este punto en particular varias veces y por eso considero oportuno mencionar brevemente cada uno:

- Vínculos posibilitadores: son los que se desarrollan con organizaciones o grupos sociales que proporcionan la autoridad y controlan los recursos que hacen posible la existencia de la organización. En esta categoría se puede mencionar a la Organización Mundial de la Salud (OMS), la CCSS y el Ministerio de Salud.
- Vínculos funcionales: son aquellos que proporcionan *inputs* a la organización (hacen posible su funcionamiento interno. En este caso serían los colectivos que integran el MPHR) y toman *outputs* (quienes hacen uso de los productos o servicios que ofrece la organización, como las mujeres embarazadas de la sociedad costarricense y sus familias).
- Vínculos normativos: se establecen con organizaciones que se enfrentan a problemas similares o que comparten valores. Aquí se identifica la necesidad de «asociarse» con otras organizaciones, como lo pueden ser otros colectivos del movimiento feminista o medios de comunicación alternativos.
- Vínculos difusos: se dan con elementos de la sociedad que no pueden ser claramente identificados por no ser miembros de una organización formal. Son los que surgen cuando la organización tiene consecuencias sobre individuos externos a la organización y que en cierta forma pueden afectar su trabajo.

Un vínculo difuso que ha incidido directamente en el trabajo del MPHR lo constituyen los medios de comunicación masiva y la representación que estos han creado alrededor de los temas que trabaja este movimiento social, tal y como lo mencioné anteriormente.

En general, el movimiento ha sido parte de las fuentes periodísticas en casos muy específicos «como el ocurrido en febrero de 2017, cuando una mujer murió producto de una fuerte hemorragia posparto tras haber parido en casa» (Chinchilla Alvarado 2019, 2). Esto resulta en un enfoque particular hacia el tema que se puede ver reflejado en titulares como *Colegio de Médicos: ningún parto debe atenderse en la casa por riesgos para madre e hijo* (Ávalos 2017), *Dan un «no» rotundo a los partos en casa* (Guerrero 2017), *Partos fuera del hospital no cuentan con regulación* (Repretel 2017) y *Moda de partos caseros se extiende sin controles* (Ávalos 2017).

Esto no solamente ha ayudado a crear una percepción negativa del movimiento, sino que ha contribuido a consolidar la creencia de que el parto respetado es sinónimo de parto en casa, cuando no es así, como se ha explicado.

El último ejemplo de este enfoque se dio el 29 de abril de 2019 cuando el medio televisivo Noticias Repretel publicó la nota *Partos caseros toman fuerza en el país* (Repretel 2019). Para esta nota, el periodista había intentado contactar a varias integrantes del MPHR, pero ellas como grupo decidieron no participar de la entrevista, ya que en otras ocasiones que han sido entrevistadas no han quedado conformes con las versiones finales publicadas (integrantes MPHR, comunicación personal, 10 de mayo de 2019). Ante la insistencia del periodista, una de las enfermeras obstetras tuvo una conversación *off the record*, que fue utilizada como declaración oficial en la nota. De hecho, en el análisis realizado del vídeo por Román-Pérez (2019) se puede ver al periodista poniendo su micrófono en su celular para captar las declaraciones.

La situación afectó mucho a las integrantes del MPHR y a sus objetivos, a partir de este caso fue posible valorar el aporte que la comunicación podría tener en su trabajo: desde la negativa de participar en la entrevista y las repercusiones que esta decisión les trajo, hasta la necesidad de incorporar elementos más estratégicos como la designación de vocerías, la construcción de mensajes claves y la consolidación de una identidad organizacional (visual, verbal y cultural [Villafañe 1999]) que las identifica como parte de los nuevos movimientos sociales o movimientos de identidad propuestos por Melucci (1995, citado en Delgado Salazar 2007).

Las acciones de comunicación articuladas representan una manera de visibilizar toda la lucha que estas mujeres en sus colectivos han dado durante muchos años para buscar distintos fines. En primer lugar, una atención del parto respetada e informada, en segundo lugar, mostrar los esfuerzos que han hecho para que se cumplan los lineamientos que misma la institucionalidad costarricense establece desde hace más de 10 años con la aprobación de la primera guía y, finalmente, posicionarse como un contrapúblico (como lo define Waisbord, 2014) que busca cambiar la manera en que se atienden los nacimientos en el país con el fin de transformar la realidad para quienes históricamente han estado en desventaja, como lo menciona Freire (1973). Este fue el punto de inicio de mi trabajo y, para finalizar este capítulo, quiero resaltar los principales aprendizajes metodológicos que tuve en el proceso de adaptar las herramientas creadas desde la comunicación tradicional para construir comunicación comunitaria.

6. Principales aprendizajes: a modo de consideraciones finales

Posicionarme desde las propuestas de Freire (1973) fue clave. No solo quería construir un proceso horizontal de trabajo basado en el replanteamiento de la relación jerárquica entre educador-educando (para pasar a una donde ambos enseñan y aprenden), sino también reconocer el diálogo y la comunicación como elementos fundamentales para el cambio social.

El primer punto estuvo claro desde las conversaciones iniciales con el movimiento, incluso antes de comenzar nuestro trabajo juntas. Mi acercamiento fue desde una posición donde me reconocí como una persona que en efecto tiene formación y conocimiento en comunicación⁵², pero que, desde allí, hace su aporte como facilitadora del proceso de construcción de la estrategia.

Comparto la creencia de que nuestro aporte es importante, pues justamente una estrategia de comunicación identifica una situación o problema que intentará ser cambiado mediante el planteamiento de objetivos, estrategias, tácticas y acciones que ofrece un trabajo planificado; sin embargo, esto no nos ubica en una posición indispensable o «superior» como se ha planteado desde las perspectivas más tradicionales, directivas y verticales.

Muy por el contrario, desde mi posicionamiento, en concordancia con la educación para la liberación fue indispensable comunicar a las representantes de las organizaciones, con precisión y claridad, de qué se trataba cada una de las herramientas que les presentaba, por qué era importante que la incorporáramos dentro de nuestro proceso de trabajo y, más aún, que ellas se fueran apropiando de cada una de esas técnicas. Cuando hicimos mapeo de públicos, por ejemplo, mi objetivo era que ellas pudieran ver al movimiento como una organización que está inmersa en un gran sistema que la afecta y que cada uno de esos vínculos pueden incidir positiva o negativamente en su trabajo (Xifra 2003). Por ello, resulta fundamental mantener dichos públicos mapeados y anticipar acciones, principalmente, cuando se están relacionando con públicos difusos como lo son los medios de comunicación masiva. Por otra parte, fue muy interesante hacer el ejercicio de poner en palabras sencillas lo que explican las teorías de las relaciones públicas y la comunicación estratégica.

Al mismo tiempo, muchas de las integrantes del movimiento son profesionales en áreas como enfermería, obstetricia, psicología y antropología, por lo que tienen un conocimiento y un

⁵² Recordemos que es de la tesis de la licenciatura en Comunicación Estratégica de la que hablamos en estas líneas; es decir, una profesional, apenas al cierre de su proceso formativo.

lenguaje mucho más técnico, especialmente, cuando se habla desde el área de salud. Ellas me explicaban los procesos, también con palabras sencillas, para que yo como persona ajena a su área entendiera y lograra encontrar la mejor manera de construir mensajes para mujeres de diferentes perfiles sociodemográficos; pero, sobre todo, para las mujeres que dan a luz en el sector público de la institucionalidad de Costa Rica.

Fue muy emotivo darme cuenta de que el proceso sucedía de forma tan orgánica, que demoró en pasar por la conciencia el nivel de apropiación teórica y de conexión entre teoría y práctica. Yo aprendía de ellas y ellas aprendían de mí, desde un proceso de trabajo conjunto en el que estábamos buscando transformar la realidad. Tomar conciencia de esto ha sido uno de los momentos más significativos no solo de este proceso, sino en mi vida profesional: estaba contribuyendo en poner al servicio de un movimiento social las herramientas que fueron creadas para responder a grandes intereses, centralmente comerciales.

Para poder lograr esto, vuelvo al punto del reconocimiento del diálogo y la comunicación como elementos fundamentales para el cambio social planteado por Freire (1973) y Waisbord (2014). Realizar un proceso altamente participativo fue clave, incluso desde temas que pueden parecer superficiales, como definir nuestro modo de trabajo. Llegamos al acuerdo de que reunirnos una vez al mes era oportuno tanto para las representantes de las organizaciones como para mí, pues me permitía cumplir con la metodología de mi tesis y ellas podían separar un par de horas entre sus trabajos, familias, participación en las organizaciones y demás ocupaciones.

En general, el movimiento ha tenido una dinámica de trabajo muy horizontal y la construcción de la estrategia no fue la excepción. De hecho, parte de lo definido fue que los avances de las sesiones de trabajo serían tomados como acuerdos del movimiento, salvo algún tema sensible o polémico que requiriera una discusión más profunda. En el movimiento, todas las integrantes tienen igual grado de participación, además, su cultura está basada en la unión y la confianza. Por ello, no hubo problema con los acuerdos tomados por las compañeras que asistieron a cada sesión, en relación con las ausentes.

En las reuniones, abordamos temas distintos; hicimos análisis de entorno con la metodología PEST, clasificamos a los actores clave a partir de la teoría situacional de públicos y construimos definiciones. Una de estas definiciones fue la siguiente:

El MPHR va a entender una doula de la manera descrita a continuación:

Una profesional entrenada que provee acompañamiento emocional, físico e informativo a una madre antes, durante y brevemente después del nacimiento para ayudarla a tener la experiencia más saludable y satisfactoria posible. Una *doula* no hace intervenciones.

No tiene que ser mamá, ni activista, ni parte del personal médico, sino que tiene una formación certificada donde aprende no solo los límites de la práctica, sino técnicas de confort. Existe evidencia científica de cómo el acompañamiento de la *doula* incide positivamente sobre el parto (MPHR, minuta de sesión de trabajo, 5 de julio de 2019).

A partir de definiciones como estas, construimos mensajes clave, así como guías para las voceras. Por otra parte, también trabajamos arduamente en construir identidad visual de manera que el movimiento se diferenciara de la imagen de los colectivos que lo integran, pero que al mismo tiempo representara lo que todos tienen en común.

En este punto, uno de los aspectos que quiero destacar es que cada una de las integrantes hacía aportes desde su área de experiencia y las demás escuchábamos con atención. Discutíamos ampliamente los puntos y hacíamos sugerencias. En mi caso, cuando se conversaba algún tema relacionado con comunicación yo les explicaba las maneras en que usualmente se abordaba el tema y hacía sugerencias o recomendaciones, como «podríamos abordarlo de esta manera», «esta propuesta tal vez no sea la mejor para nosotras por las siguientes razones» o «veamos qué tienen que decir las demás y construimos a partir de lo que dicen todas». Ellas hacían lo mismo desde sus experiencias y vivencias. Considero que esta participación y escucha activa fueron fundamentales para todo el trabajo que realizamos juntas: crear la estrategia de comunicación.

Vale la pena rescatar que la participación activa se dio en muchos niveles, no solo en la parte de construcción de la estrategia en sí, sino también en mi proceso de trabajo académico: ellas me ayudaron a recopilar información para el análisis, me daban entrevistas cada vez que lo necesitaba, me ayudaban a resolver dudas y me apoyaron con los trámites burocráticos que la universidad me pedía. Incluso, hubo representación del MPHR en la defensa pública de la tesis, al cierre del proceso.

No quisiera romantizar la experiencia, pero creo que fui muy afortunada de que todo el trabajo de inicio a fin fluyera de esta manera y atribuyo esto al nivel de compromiso que cada una de estas mujeres tiene con el movimiento por el parto humanizado y con la causa que defiende. Ellas, además de ser profesionales, son mujeres, madres, muchas son esposas y atienden los compromisos de sus colectivos. Aun así, buscan el espacio para reunirse a discutir temas importantes, aunque sea después de las ocho de la noche cuando sus niños pequeños se fueron a dormir. Este sentido de pertenencia, esas ganas de transformar las realidades y ese sentido de unidad que dan los movimientos de identidad, planteados por Melucci (citado en Delgado Salazar 2007), son elementos riquísimos para trabajar y es transcendental que la persona que acompañe desde comunicación lo tenga muy claro, para que los aproveche lo más ampliamente que le sea posible.

Un tercer punto que quisiera rescatar es que para construir estrategias exitosas con organizaciones y movimientos sociales es muy importante tener capacidad de adaptación al contexto y a los recursos disponibles, ya que estos pueden cambiar en cualquier momento. Quizá estos cambien más rápidamente que otros modelos organizativos.

En el planteamiento de la estrategia, dividí el proceso en tres grandes momentos: objetivos a corto, mediano y largo plazo. El primero estaba relacionado con el proceso interno de reflejar y consolidar la identidad que ya habían construido. El segundo se enfocaba en procesos de información y educación para las mujeres, sus familias y hacia públicos externos sobre la normativa vigente y los derechos de las mujeres. Finalmente, el tercer objetivo estaba relacionado con procesos de incidencia política, pues partía de la premisa de que una vez consolidado el movimiento era más probable que tuviera participación activa en el desarrollo de políticas públicas en favor de las mujeres.

Sin embargo, cuando aún estábamos en el proceso de trabajo interno, la comisión de la mujer de la Asamblea Legislativa convocó a las integrantes del MPHR a una audiencia para conocer su opinión en relación con el proyecto de ley que se había presentado. Esta fue una gran ventana de oportunidad, pues fue la primera vez que el MPHR se presentó en la esfera pública y fue reconocido como un actor relevante en la discusión política del tema –como movimiento social–. Por otra parte, también era un buen momento para identificar aliados estratégicos dentro de espacios políticos como la Asamblea Legislativa (Román Pérez 2019).

Esto trajo consigo retos sobre temas que aún no teníamos resueltos como la construcción de líneas discursivas, la designación de voceras y toda la preparación que eso conllevaba

como, por ejemplo, anticipar todas las preguntas que las y los diputados podían hacer y tener respuestas articuladas y alineadas. Ninguna de nosotras esperaba que este espacio se diera tan rápido, lo cual afectó la seguridad de las representantes del movimiento, principalmente de las voceras. Sin embargo, su disposición y su claridad estratégica para aprovechar este espacio tan importante, para que personas tomadoras de decisiones en el nivel de Asamblea Legislativa costarricense conocieran al MPHR, aportaron para que la presentación en dicho espacio resultara exitosa.

El día que estuvimos en la Asamblea Legislativa una de las compañeras llevó a su bebé de tres meses a la audiencia e inició su intervención diciendo: «Mi nombre es Zayra. Soy enfermera obstetra y fui víctima de violencia obstétrica en mi último parto. Sí, yo, una mujer que sabe del tema y que cuenta con las herramientas para defenderse» (Zayra Méndez, comunicación personal 23 de octubre de 2019). Escucharla decir esas palabras con su hija en brazos frente a siete diputades me erizó la piel, por ello quisiera tocar el último punto de mi experiencia de trabajo con el MPHR, que trata sobre el empoderamiento y la transformación.

Mi trabajo con las representantes del movimiento inició ante la negativa de aparecer públicamente en un medio de comunicación a dar una respuesta, dado que, por experiencias previas, temían el encuadre que se le podía dar al tema. Meses después estaban en el primer poder de la República de Costa Rica exponiendo su posición respecto del proyecto de ley y sus justificativas en relación con la pertinencia y la relevancia de su aprobación.

Fue un proceso verlas poco a poco empoderarse (y empoderarnos) unas junto a las otras, a partir de decisiones; por ejemplo, que todo lo que el movimiento defiende está basado en evidencia científica, que sigue los planteamientos de la OMS, que ellas tienen experiencia no solo porque trabajan todos los días con mujeres y familias, sino porque ellas son mamás y saben lo que significa dar a luz, «porque cuando los hijos nacen, nosotras también nacemos como madres» (Chinchilla Alvarado 2019). Conforme pasaba el tiempo, las representantes del MPRH se sentían más apropiadas de los contenidos y los procesos; además, el sentimiento de integración y apoyo que ahí se respiraba era sin duda una importante fortaleza. No era lo mismo que alguna de ellas se presentara como la encargada de un colectivo en favor del parto respetado a que lo hiciera como parte de un movimiento social.

Este empoderamiento quedó expresado incluso en la identidad visual del movimiento. Para el logo⁵³ por ejemplo, ellas no querían una imagen «romantizada de una mujer embarazada» con rasgos finos y colores típicamente asociados a las mujeres como el rosado. Eligieron a una mujer empoderada, que levanta su puño como símbolo de lucha y que tiene atrás un árbol con muchas hojas que representa la fuerza, la unión y la naturaleza, lo cual busca reflejar la concepción del parto como un proceso natural y no como una condición de la que hay que mejorarse. Poco a poco la identidad que por años ellas construyeron de manera informal fue tomando forma en las interacciones, en la selección de los elementos gráficos y en la cultura que como movimiento vivían todos los días. Aquí, pude ver los planteamientos de Justo Villafañe (1999) sobre identidad visual, verbal y cultural aplicados a un movimiento social y volvió a ser muy gratificante.

Figura 7. Logo creado en proceso colaborativo para el MPHR Costa Rica



El último punto sobre empoderamiento y transformación sucedió en octubre de 2021 cuando la Asamblea Legislativa aprobó el proyecto de ley sobre parto respetado. Fue una verdadera sorpresa ver que la mayoría de las observaciones que el MPHR hizo al proyecto

⁵³ Lo que técnicamente hablando conocemos como imagotipo.

fueron incorporadas. «Esto es el resultado de años de lucha. Finalmente tener una ley que nos ampara y que nos permite denunciar la violencia obstétrica» (José María Villalta, comunicación personal, 1 de noviembre de 2021). Sin planearlo, pero aprovechando las oportunidades, habíamos alcanzado uno de nuestros objetivos de incidencia más importantes.

A raíz de esto, de nuevo el medio de comunicación que había hecho la noticia en 2019 contactó al MPHR para tener declaraciones. Esta vez la respuesta fue distinta: eligieron una vocera y crearon una línea de mensajes que ella podía usar de apoyo. Días después cuando hubo una reunión para conversar cómo había sido la experiencia, la compañera que habló dijo: «yo acepté la entrevista con la condición de que la periodista me comentara antes las preguntas que me iba a hacer. Fue amable y me trató con respeto». Escucharla hablar empoderada fue muy significativo, era evidente cómo el movimiento se había consolidado y las mujeres dentro de él habían crecido.

Trabajar con este movimiento social fue excepcional y no exagero en el uso de la palabra. Todo el proceso fluyó de una manera inesperada. Todo salió a tiempo e incluso alcanzamos objetivos complejos cuando menos lo teníamos pensado. Sabemos que no es común que estas cosas sucedan. Lo que más rescato fue todo el proceso de llevar acompañar a una organización, a un movimiento social, en su comunicación estratégica. Además, aceptar el reto de demostrar que, aunque las teorías tengan una epistemología prácticamente antagónica, no quiere decir que no tengan puntos de encuentro y que no podamos adaptar las herramientas clásicas a distintas realidades. No solamente es hablar de planificación, diagnóstico, objetivos, estrategias, tácticas e indicadores en grandes organizaciones o empresas. Tuve la experiencia de hacer comunicación con mujeres y para mujeres y en el camino aprendí de ellas (y también de mí) como mujeres y como profesionales. Después de este proceso de reflexión, al escribir este capítulo, refuerzo mi creencia de que otras realidades son posibles y que desde comunicación se puede hacer un gran aporte para alcanzarlas.

Referencias bibliográficas

- Arguedas, Gabriela. 2014. «La violencia obstétrica: propuesta conceptual a partir de la experiencia costarricense». *Cuadernos Inter.c.a.mbio sobre Centroamérica y el Caribe* 11, n.º1: 145-169. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/intercambio/article/view/14238>
- Aros, Diana. 2021. «El fetiche del rey Luis XIV que condenó a las mujeres a un parto doloroso e incómodo hasta hoy». *Bibliochile*, 13 de mayo. <https://www.biobiochile.cl/noticias/sociedad/historia/2021/05/13/el-extrano-fetiche-del-rey-luis-xiv-que-seria-la-razon-por-la-que-las-mujeres-dan-a-luz-acostadas.shtml>
- Ávalos, Ángela. 2017. «Colegio de médicos: Ningún parto debe atenderse en la casa por riesgos para madre e hijo». *La Nación*. 18 de setiembre. <https://www.nacion.com/el-pais/salud/colegio-de-medicos-ningun-parto-debe-atenderse-en-la-casa-por-riesgos-para-madre-e-hijo/4TYYHXNRO5EA3MLXADDVGOH6NM/story/>
- Becerra, Naysha y Virgilio Failoc-Rojas. 2019. «Maniobra Kristeller, consecuencias físicas y éticas según sus protagonistas». *Revista Cubana de Obstetricia Ginecología* 45, n.º2: 1-13. <http://scielo.sld.cu/pdf/gin/v45n2/1561-3062-gin-45-02-e331.pdf>
- Caja Costarricense del Seguro Social. 2009. «Guía de Atención Integral a las Mujeres, Niños y Niñas en el periodo prenatal, parto y posparto». San José: CCSS. www.binasss.sa.cr/libros/guiaprenatal09.pdf
- Caja Costarricense del Seguro Social. 2017. «Modelo de Atención Calificada en el Embarazo, Parto, Postparto; centrado en la mujer, la familia gestante, la comunidad, la gestión humanizada y la pertinencia cultural en las Maternidades de la Caja Costarricense de Seguro Social». San José: CCSS. <https://www.mamasol.com/wp-content/uploads/2019/12/Modelo-ATENCION-CALIFICADA-EN-EL-EMBARAZO-PARTO-POSPARTO-ULTIMO.pdf>

- Capriotti, Paul. 2010. «Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la imagen corporativa». *Revista comunicación*, n.º 27: 15-22. <http://www.bidireccional.net/Blog/UPB2010.pdf>
- Castellano Ibarra, Antonio. 2010. *Introducción a las relaciones públicas*. España: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas. https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf
- Chinchilla Alvarado, Laura. 2019. «De “mejorarse” a “dar a luz”: el discurso del movimiento costarricense por el parto humanizado o respetado». Tesis de maestría, Universidad de Costa Rica. <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/79142/TESIS%20LCHA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chinchilla Alvarado, Laura. 2022. *De “mejorarse” a “dar-a-luz”: parto, discurso y movimiento social*. San José: Universidad de Costa Rica. https://cicom.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2022/08/De-mejorarse-a-dar-a-luz-Laura-Chinchilla-Alvarado.pdf?fbclid=IwAR2rEE2HsXzgJz-89pj1nffKw4mdgZGT34w_FaH4yPgoVbQskvcHI1Ik83Y
- Davis-Floyd, Robbie. 2001. El paradigma tecnocrático, humanístico y holístico de atención del parto. *The International Journal of Gynecology and Obstetrics*, 5-23. www.davis-floyd.com/the-technocratic-model-of-birth/
- Delgado Salazar, Ricardo. 2007. Los marcos de acción colectiva y sus implicaciones culturales en la construcción de ciudadanía. *Universitaria Humanística*, n.º 64: 41-66. <http://www.scielo.org.co/pdf/unih/n64/n64a03.pdf>
- Dundes, Lauren. 1987. «The Evolution of Maternal Birthing Position». *Public Health then and Now 77*, n.º 5: 636-641. <https://ajph.aphapublications.org/doi/pdf/10.2105/AJPH.77.5.636>
- Freire, Paulo. 1973. *La pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI editores. <https://fhcv.files.wordpress.com/2014/01/freire-pedagogia-del-oprimido.pdf>

- García-Nieto, María-Teresa, Mónica Viñarás-Abad y Francisco Cabezuelo-Lorenzo. 2020. Medio siglo de evolución del concepto de Relaciones Públicas (1970-2020). *El profesional de la información*. 1- 11. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.may.19/50343>
- Garrido, Francisco Javier. 2007. *Comunicación estratégica*. Barcelona: Editorial Gestión 2000. https://www.researchgate.net/publication/31735796_Comunicacion_estrategica_FJ_Garrido_M
- Grunning James E. y Todd Hunt. 1984. *Dirección de las Relaciones Públicas*. Orlando: Biblioteca de clásicos de las relaciones públicas.
- Guerrero, Angie. 2017. «Dan un “no” rotundo a los partos en casa». *Crhoy.com*, 14 de marzo. <https://www.crhoy.com/nacionales/dan-un-no-rotundo-a-los-partos-en-casa/>
- Huete Machado, Lola. 2012. «Parir es un acto político». *El País*, 18 de julio https://elpais.com/elpais/2012/06/19/africa_no_es_un_pais/1340112600_134011.html
- Instituto Nacional de las Mujeres, Instituto Nacional de Estadística y Censo y Ministerio de Salud. 2019. «Encuesta Nacional de Mujeres, Niñez y Adolescencia 2018». <http://inec.cr/documento/encuesta-de-mujeres-ninez-y-adolescencia-2018-emna>
- Lugones Botell, Miguel y Marieta Ramírez Bermúdez. 2012. «El parto en diferentes posiciones a través de la ciencia, la historia y la cultura». *Revista Cubana de Obstetricia y Ginecología* 38, n.º1. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0138-600X2012000100015
- Naciones Unidas. 2019. *Enfoque basado en los derechos humanos del maltrato y la violencia contra la mujer en los servicios de salud reproductiva, con especial hincapié en la atención del parto y la violencia obstétrica*. Asamblea General de las Naciones Unidas. https://digitallibrary.un.org/record/3823698/files/A_74_137-ES.pdf

- Pérez González, Karla. «2019. 58 % de mujeres han sufrido violencia obstétrica». *Elmundo.cr*. 31 de julio. <https://www.elmundo.cr/costa-rica/58-de-mujeres-han-sufrido-violencia-obstetrica/>
- Peruzzo, Nancy. 1993. «Relaciones públicas y cambio social». *Chasqui, revista latinoamericana de comunicación*, n.º 46. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/14321/1/REXTN-Ch46-31-Krohling.pdf>
- Quiroga, Lucía. 2019. «Esther Vivas: “La violencia obstétrica es la última frontera de la violencia de género, porque está socialmente aceptada”». *El diario.es*. 20 de abril. https://www.eldiario.es/nidos/esther-vivas-maternidad-politico-economico_128_1598020.html
- Repretel. 2017. Partos fuera del hospital no cuentan con regulación. *Repretel.com*. 14 de marzo. <https://www.repretel.com/noticia/partos-fuera-del-hospital-no-cuentan-con-regulacion/>
- Repretel. 2019. Partos caseros toman fuerza en el país. *Repretel.com*. 30 de abril. <https://www.repretel.com/noticia/partos-caseros-toman-fuerza-en-el-pais/>
- Román Pérez, Dyann. 2019. «Estrategia de comunicación para el Movimiento que promueve el Parto Humanizado y Respetado en Costa Rica». Tesis de licenciatura, Universidad de Costa Rica.
- Servaes, Jan y Patchanee Malikhao. 2007. «Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma?». *Redes*, n.º 4: 43-60. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3671275>
- Villafañe, Justo. 1999. *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Pirámide.
- Wilcox, Dennis, Phillip H. Ault, Warren K. Agee, Glen T. Cameron. 2001 *Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas*. Madrid: Pearson Educación.

Waisbord, Silvio. 2014. «La política estratégica de la comunicación participativa». En *The Handbook of Development Communication and Social Change*, editado por Karin Gwinn Wilkins, Thomas Tufte, Rafael Obregon, 148-167. Ciudad: País.

Xifra, Jordi. 2003. *Dirección estratégica de las Relaciones Públicas*. Orlando: Biblioteca de clásicos de las relaciones públicas. https://www.researchgate.net/profile/James-Grunig/publication/31741536_Direccion_de_relaciones_publicas_JE_Grunig_T_Hunt_ed_en_espanol_y_adaptacion_de_J_Xifra/links/5817a6ca08aeffbed6c33d0a/Direccion-de-relaciones-publicas-JE-Grunig-T-Hunt-ed-en-espanol-y-adaptacion-de-J-Xifra.pdf

Principios rectores del pensar, sentir y hacer comunicación comunitaria:

Intentando un epílogo integrador

Lisbeth Araya Jiménez

1. Introducción

En este capítulo final pretendemos esbozar algunos principios rectores del pensar, sentir y hacer de la comunicación comunitaria aplicada a las organizaciones sociales. Insistimos en la dimensión comunitaria pues nos parece radicalmente necesaria en la actualidad. Al definir y caracterizar cada principio referimos a los capítulos anteriores, ofrecemos bibliografía y casos específicos de organizaciones y experiencias comunitarias, para así realizar el cierre integrador propuesto en el título y completar el objetivo pedagógico que atraviesa todo el libro.

Evidentemente, como ha quedado claro a lo largo de estas líneas, existen muchas maneras de acercarse a una definición. Muchas veces lo propio se define a partir de lo ajeno; es decir, la identidad se crea en antagonismo con lo distinto, otras, se gesta en diálogo con la diferencia. Los conceptos o los procesos pueden explicarse en función de sus bordes, de sus límites; por ello, en la academia solemos sugerir a las personas en formación: «delimite: dé límite». Es claro que los conceptos, igual que los seres, existen también por y en sus linderos.

Por otra parte, no es posible reflexionar sobre los principios rectores del pensar, sentir y hacer de la comunicación comunitaria sin definir brevemente lo que entendemos acá por comunidad, complementando lo ofrecido en capítulos anteriores. Algunos filósofos ampliamente conocidos por trabajar dicho concepto, precisamente a partir de sus fronteras, son el francés Jean-Luc Nancy (2008) y el italiano Roberto Esposito (2009; 2012; 2019). Christian Laval y Pierre Dardot (2015) por otro lado, han creado más bien una genealogía de lo *común*.

Resultan apreciables las ideas propuestas por Esposito (2007), para quien la comunidad no se trata de un ente, ni tampoco de un sujeto colectivo, tampoco refiere a un estar juntos (como conjunto de personas), pero sí a un compartirse e intercambiar, a una relación, al ser como relación. Como nos enseñó el profesor Muniz Sodré «vincularse, diferentemente de ponerse en contacto, es mucho más que un simple proceso de interacción, porque presupone la inserción social y existencial del individuo desde la dimensión imaginaria (imágenes latentes y manifiestas) hasta las deliberaciones frente a las orientaciones prácticas de conducta, es decir, los valores». (Sodré 2007, 9, traducción propia). Por ello, a lo largo de todo el texto hemos insistido en la dimensión relacional en la que se gesta y desde la cual se comprende la comunicación comunitaria.

Así, la comunidad constituye una respuesta contestataria a la insuficiencia del modelo individualista-universalista moderno. De hecho, yendo más allá, Esposito (2007, 47, traducción propia) alega que «la condición de la comunidad es la ruptura de la identidad subjetiva». En este sentido, el autor afirma que los miembros de la comunidad ya «no son más idénticos a sí mismos, por el contrario, son constitutivamente expuestos a una tendencia que los lleva a forzar sus propios límites individuales para encarar su “afuera”» (2007, 18, traducción propia).

Para algunas personas románticas la perspectiva de Esposito puede ser un tanto descorazonadora, pues para él la comunidad no produce efectos de comunión: «no calienta, ni protege» (2007, 20), en la medida en que enfrenta al sujeto con el riesgo más extremo, el de perder su propia individualidad. Adicionalmente, en esta misma línea que podría interpretarse como pesimista (¿o realista?), para el filósofo italiano la comunidad tampoco estaría repleta de sentido, no tendría una esencia, pues esto, como la historia nos ha mostrado, la acercaría peligrosamente al totalitarismo.

La reflexión de Jean-Luc Nancy concuerda con esta negación de la esencia, aunque circunscrita al plano ontológico –no comunal, sino del ser individual–. Renegando de uno de los principios más arraigados en la tradición de su patria (leyes universales para sujetos universales), Nancy aduce que el sujeto es un sujeto localizado. Para él la existencia solo es posible en la pluralidad, la existencia es coexistencia. En palabras de Tarizzo «la ontología de Nancy es, por tanto, una ontología de localización singular-plural del ser» (2007, 39, traducción propia).

En otro de sus textos, Roberto Esposito (2009, 25) indica que el origen etimológico latino del término nos puede orientar en su comprensión, pues se asocia comunidad con *cum* y *munus*. *Cum* que sería un don (un don de hacer y no uno de recibir), en nuestras palabras un don de dar y *munus* que daría cuenta del tipo de vínculo que se establece entre integrantes de una comunidad pues les une, dice el autor una «tarea», un «deber», una «ley». Así, la comunidad existe por una ley que articula, la ley que la hace necesaria, porque «desde siempre existimos en común» porque ella es «el presupuesto trascendental de nuestra existencia» (Esposito 2009, 26).

Pero ese presupuesto es al mismo tiempo insostenible, nuestra *común unión* es tan necesaria como imposible. Continúa el filósofo italiano, «lo que tenemos en común, es exactamente tal carencia de comunidad. (...) Somos la comunidad de aquellos que no tienen comunidad» (Esposito, 2009, 27). Como se verá a lo largo de este capítulo, en esta exacta medida, la

comunidad se asume de la misma manera en que Fernando Birri dibuja la utopía⁵⁴: nos sirve para caminar hacia el horizonte, nos sirve como camino y como horizonte, para movernos, para transformar, para decir, sentir y hacer, para encontrarnos, dialogar, diferir, disentir, discrepar, crear y recrear.

Quizás la imposibilidad está mediada por ese punto de partida, la comunidad como objeto inconcluso, «una meta inalcanzable, un puro propósito» (Esposito 2009, 35) que se construye y se rehace permanentemente. Esta comprensión parece más cercana a nuestra epistemología y a nuestras prácticas latinoamericanas, por eso a lo largo del libro hemos enfatizado en la noción de proceso.

En los capítulos anteriores, las personas autoras han afirmado que la comunidad se crea desde la resistencia, desde los intereses y necesidades de grupos y personas específicas, situadas en un tiempo y un espacio; pero, también, desde la mirada, la percepción y agenda que otras organizaciones e instituciones tienen respecto de lo que conciben como uno de sus públicos. Se ha argumentado que la comunidad nace y crece a partir de los sentidos compartidos y aquellos que requieren ser reivindicados, afirmados y hasta arrebatados.

Aunque concordamos con los importantes aportes europeos señalados, en este capítulo final, en la medida en que no deseamos centrarnos en reflexiones de cuño filosófico aun cuando puedan ser inspiradoras, los puntos de partida teóricos, epistémicos y políticos se enraízan en el conocimiento generado desde el sur del continente americano; en las epistemologías del sur (Santos 2006). Debido a que, como lo sintetiza hermosamente la profesora Raquel Paiva (2007, 13 traducción propia), «para los países del hemisferio sur, «comunidad» sugiere un orden alternativo de existencia, pensamiento y postulado, capaz de engendrar nuevos y nuevísimos formatos de existencia». Nos parece que esta afirmación puede generalizarse a la región latinoamericana en su complejidad.

Es desde esta perspectiva que nos proponemos en las siguientes líneas, esbozar una síntesis de algunos de los principios rectores de la comunicación comunitaria puesta al servicio de las organizaciones. Pero ¿qué se entiende por principio rector? La palabra principio viene del latín *principium*⁵⁵, formada de *primus* (el primero), *capere* (capturar,

⁵⁴ Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=JrAhHJC8dy8>

ver, agarrar, emancipar) y el sufijo *ium* (io = efecto o resultado en adjetivos, relación en sustantivos). Es decir, es el resultado de tomar o ver lo primero. Por otra parte, rector da cuenta de algo (o alguien) que lidera, gobierna, comanda o rige una institución/organización o proceso. De tal modo, en estas líneas definimos la comunicación comunitaria, a partir de aquello que en ella es originario y normativo, lo que rige su ser, su decir, sentir y su hacer.

En el ámbito académico, afirmamos que las categorías nos ayudan a ordenar el mundo, son esfuerzos explicativos para comprender y apropiarse la complejidad de las realidades y sus procesos. Acá, a través de siete categorías, procuramos resumir algunos principios rectores, a saber: 1) la perspectiva política, 2) la matriz dialógica y participativa, 3) lo colectivo, 4) la apuesta por la ciudadanía, 5) la dimensión afectiva-estética-poética-celebratoria, 6) la priorización de lo local y 7) el interés por la transformación social. Evidentemente, estos principios se relacionan entre sí y en múltiples aspectos, incluso se superponen unos a otros. Aquí se separan únicamente para fines explicativos y de conceptualización. Tampoco buscamos acá abordar todos los principios rectores de la comunicación comunitaria en un ejercicio totalizante, ni abrazamos pretensión alguna de verdad.

Algunas preguntas para la reflexión

- ¿Qué es lo que crea a la comunidad?
- ¿Nos juntamos desde la identidad?, ¿desde el instinto gregario?, ¿para censurar las pasiones y pulsiones primitivas y ceder a los límites culturales que regulan la vida en colectivo?
- ¿Es en la debilidad donde se funda el lazo social?
- ¿Es la muerte, la mortalidad y, por tanto, la propia dimensión humana la fuente de nuestra necesidad comunitaria?

⁵⁵ Tomado el 06 de noviembre de 2021 de la página web de [www.deChile.net](http://etimologias.dechile.net/?principio) (<http://etimologias.dechile.net/?principio>).

2. Principios rectores

2.1 La perspectiva política

En la comunicación comunitaria como la definimos en estas líneas, lo político se resume en: a) la toma de posición, b) las personas para y con las que se gesta, c) la organización como entidad política y d) el propósito. Veamos cada una brevemente.

La perspectiva política implica necesariamente el abandono de la pretendida neutralidad de la ciencia, esa asepsia que constituye una herencia que se puede rastrear, como sabemos, hasta –por lo menos– los orígenes del positivismo en la Europa del siglo XIX con Henri de Saint-Simon, Auguste Comte y John Stuart Mill. Asepsia que en algunos casos se ha trasladado, vía cordón umbilical académico, a las personas formadas para facilitar o gestionar la comunicación en las organizaciones⁵⁶.

Como hemos explicado en este libro, la llamada comunicación popular tiene entre sus múltiples fuentes, dos potentes referentes teóricos y políticos, estos son la perspectiva marxista, cuya base original fue los movimientos sindicales, y la pedagogía de la liberación de Paulo Freire. Santos, citado en Valim (2020), identifica en la Iglesia Católica otro eje de la comunicación popular, en la medida en que en la América Latina de la década de 1960, promovió la organización popular mezclando elementos del cristianismo y del marxismo, desde una perspectiva ampliamente politizada y espiritual, como nos ha mostrado en su texto Noemí Gómez Gómez.

La invitación gestada desde los orígenes es, por tanto, a tomar una posición clara y explícita, no solo teórica-epistemológica, ontológica y metodológica, sino además en relación con el ejercicio del poder. En lo ontológico, es decir, las personas, las actrices y los actores involucrados en los procesos sociales, la comunicación comunitaria se asume del lado de *las personas subalternizadas del mundo*, para decirlo en términos de la teoría decolonial (Mignolo 2010). Judith Butler (2005) por su parte afirmaría que nos colocamos junto a los cuerpos *activamente creados como inexistentes*. Como hemos leído, Thays Teixeira les llama *resistentes*.

⁵⁶ Sugerimos a las personas interesadas, revisar el texto denominado: El campo de la comunicación organizacional en América Latina: una revisión crítica de su producción intelectual académica, elaborado por las doctoras Adriana Angel, Lissette Marroquín y Consuelo Vásquez y publicado en 2017 por la revista ORGANICOM de la Universidade de São Paulo. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2017.139373>

No podemos desconocer que vivimos en la región más desigual del mundo y que particularmente en el contexto costarricense, nos hemos convertido también, de manera progresiva y sistemática, en una sociedad altamente desigual, como ya Maureen Rodríguez retrató en su texto con datos recientes.

La comunicación comunitaria aspira «como mínimo, a tener vínculos orgánicos con los movimientos sociales», teniendo a los movimientos, a los grupos organizados como protagonistas y destinatarios, como se evidenció en las experiencias prácticas que relatan los textos de Dyann Román y Thays Teixeira.

Ya sea denominada como popular, alternativa o comunitaria, respecto de este particular principio rector, «el significado político es el mismo» (Peruzzo 2009, 47).

Desde lo político⁵⁷, se entiende además que las personas, los colectivos, los grupos y las organizaciones de la comunidad, son quienes mejor conocen sus necesidades e intereses, aquello que resulta prioritario; pero, también, quienes cuentan con los conocimientos necesarios para encontrar alternativas de solución, reconociendo además los diversos saberes presentes y como pueden colaborar en los procesos comunitarios.

Para Cicilia Peruzzo (2009, 2013) la comunicación popular es aquella que es realizada por el pueblo y para el pueblo. Según la comunicóloga brasileña popular, puede tener al menos tres acepciones, una primera vinculada con el pueblo como clase subalterna o grupos empobrecidos de la población, otra donde lo popular es folklórico relativo a las manifestaciones culturales del pueblo, la así llamada cultura popular, y un tercer significado relacionado con la finalidad pública, es decir, aquella que remite al interés colectivo.

A la primera definición ya nos referimos y la tercera remite a lo que más adelante en este capítulo abordaremos como ciudadanía; por ello nos detenemos brevemente en la segunda acepción, en lo relativo a la cultura popular. Desde esta perspectiva política, se formulan básicamente dos propuestas: el respeto por ella, así como su reivindicación y su defensa. Sin embargo, ni el respeto ni la defensa son acrílicas; es decir, no se promueve una idea romántica de lo popular y sus prácticas; sino que se reflexiona críticamente. Por ejemplo, podemos cuestionarnos ¿de qué manera la cultura popular y sus prácticas promueven el machismo, la

⁵⁷ Referimos a la dimensión de lo político que da cuenta de la manera en que se reparten las cuotas de poder. En este caso, se afirma el poder de las personas de las comunidades para identificar sus necesidades preeminentes, buscar y encontrar posibles salidas, respuestas, alternativas.

misoginia o el extractivismo? y ¿cuándo por el contrario apuestan por el cuidado, la protección (sea en relación con la naturaleza, con los animales no humanos, con los procesos o con las personas) y la transformación?

El respeto y la reivindicación se realizan desde la valorización de la vida en todas sus dimensiones, pues se trabaja para la vida, en el sentido más amplio. En última instancia referimos a la dignidad. Por ello, las organizaciones sociales trabajan por la defensa de los derechos humanos, tenemos el ejemplo de organizaciones en toda Latinoamérica que luchan por la defensa de los territorios y la forma de vida de los pueblos originarios, en contra de las violencias y la discriminación, véase en el recuadro el caso del Centro para la Justicia y el Derecho Internacional (CEJIL).



«Somos defensores y defensoras de derechos humanos que trabajamos para reducir la desigualdad, la discriminación y la violencia, a través del fortalecimiento de las democracias, la protección y promoción de los derechos humanos y el combate contra la impunidad imperante en la región.

La misión del CEJIL es contribuir al pleno disfrute de los derechos humanos en las Américas mediante el uso eficaz de los instrumentos del Sistema Interamericano de Derechos Humanos (SIDH) y otros mecanismos internacionales de protección de los derechos humanos».

Disponible en: <https://cejil.org>

Otra dimensión en la que se materializa la perspectiva política es en la vida organizacional. Además de la toma de posición política de la ciencia y de las personas con formación profesional en comunicación, se afirma que las organizaciones son en sí mismas entidades políticas, lo tengan o no asumido de manera explícita. Esta afirmación se puede desmenuzar, siguiendo las estructurales reflexiones del teórico español de la psicología social, Ignacio Martín-Baró (1989), quien planteó que toda organización tiene una función social, es decir que las organizaciones responden a unos intereses, a una distribución desigual de las cuotas de poder.

El párroco jesuita insistió en que la sobrevivencia de las organizaciones se relaciona con cuanto su fin último se corresponde con su accionar. Como nos han mostrado Rudimar Baldissera y Magno Vieira da Silva (2022), hoy más que nunca, las organizaciones están siendo observadas, escrutadas y los diversos públicos están dispuestos a verificar la coherencia entre sus discursos y sus prácticas. La transparencia y la reputación han tomado nuevos matices en la era de las redes sociales y la espectacularización de la vida. En este contexto, resulta imposible no asumir que todas las organizaciones (sea cual sea su modelo organizativo), tienen intereses y se ubican en entornos en disputa. Hoy la comunicación, las narrativas y los discursos están en el centro de esa disputa por nombrar y significar la realidad cotidiana (Baldissera y da Silva, 2022).

Por lo anterior, la última dimensión lo político a la que hacemos referencia en este principio rector, tiene que ver con la elección del propósito, con el *para qué* de la comunicación, como vimos en los primeros capítulos de este libro. La respuesta puede conceptualizarse siguiendo a Freire (2019) como aquella que se realiza «para la emancipación», para apropiarse del mundo a través de su significación, como señalan Ana Cristina Suzina y Maureen Rodríguez, respectivamente, en sus capítulos.

Ampliando la discusión sobre los intereses organizacionales en este análisis del propósito (no únicamente de las organizaciones, si no en general la finalidad de los procesos), se hace una apuesta contestataria, contracultural y contrahegemónica.

Es lo que María Cristina Mata (2011) explicaba como la *politicidad* de la Comunicación popular, al analizar «las luchas por lograr una palabra propia sostenida en la igualdad económica, social y política, a los esfuerzos por diseñar proyectos contrahegemónicos» (14) vinculados de modo directo con una lectura, crítica y profundo disenso con el modelo económico y político imperante, «cuya reproducción se sustentaba, entre otras cosas, en la concentración y control de la palabra y en un ordenamiento social antidemocrático e injusto» (14).

Lo político se relaciona con la intención de hacer las cosas de modos diferentes, alternativos, subalternos, pero no solo por innovar, la innovación no es un valor en sí misma,

como lo ha propuesto el sistema capitalista para las ideas de desarrollo, evolución o progreso.⁵⁸ Esta dimensión de lo político se traduce en un hacer las cosas de modo que, desconociendo las ofertas culturales, económicas y sociopolíticas tradicionales, crece desde los márgenes, desde los bordes (Anzaldúa 1999) generando rupturas, cuestionamientos y disensos, teniendo como metas la vida y la dignidad humanas.

Dicho más precisamente se busca contraponerse críticamente a posiciones autoritarias, instrumentales, positivistas⁵⁹, machistas, conservadoras, moralistas, racistas, violentas, sexistas, verticalistas o totalitarias. Esta perspectiva crítica y contestataria, sin embargo, no se propone a sí misma como La opción, o La verdad, ni La salida. Reivindica la indignación y el hartazgo sin ser higadosa, ni visceral. No adscribe a las lógicas contemporáneas de la polarización, ni a las políticas de la cancelación, sino que busca una mirada desde la complejidad (Morin 2015) y el encuentro (Massoni 2007 2011), el dialogismo desde el reconocimiento y la validación de las diferencias⁶⁰, incluso aquellas cuya escucha y comprensión requieran esfuerzos.

Podemos entonces resumir afirmando que la dimensión política es un principio rector de la comunicación comunitaria, que trabaja con organizaciones sociales en la medida en que coloca a las personas en primer plano; especialmente, tomando partido explícito por aquellas organizaciones y personas que buscan transformar el *statu quo*, desde el reconocimiento de sus necesidades e intereses, de sus saberes, condiciones de posibilidad, prácticas y potencia para agenciar el cambio social. Además este principio nos inspira a explicitar el lugar que asume en los procesos de comunicación la persona profesional, sus puntos de partida teóricos, epistémicos, políticos y las metodologías desde las cuales es coherente trabajar, pues cuestiona el para qué, para quién y el cómo de los procesos comunicacionales, desde una lectura amplia del contexto, sus determinantes históricas y sus características actuales.

⁵⁸ Respecto de esta reflexión sugerimos cuatro textos: Thomas, Alan. 2000. «Poverty and the end of development». En *Poverty and Development into the 21st Century* editado por Tim Allen y Alan Thomas, 664. Oxford: The Open University & Oxford University Press. Uncenta, Koldo. 2009. *Desarrollo, Subdesarrollo, Maldesarrollo y Postdesarrollo. Una mirada transdisciplinaria sobre el debate y sus implicaciones*. Montevideo: Centro Latinoamericano de Ecología Social. Araya, Lisbeth y Adrián Avendaño. 2013. Mirando hacia el cooperativismo: Una alternativa al modelo de desarrollo hegemónico instaurado en Costa Rica. En *Desafíos de la Comunicación Social* editado por Patricia Vega, 121-147. San José: Editorial UCR.

⁵⁹ Para esta discusión recomendamos dos artículos: Paredes, Gustavo. 2009. «Críticas epistemológicas y metodológicas a la concepción positivista en las ciencias sociales». *Ensayo y Error*, 36, 143-169. Guzmán, Radamés. 2009. «El ocaso de la objetividad en la investigación científica». *Revista Ciencias de la Educación*, 19(33), 201-211.

⁶⁰ No estamos regresando a las ideas de *consenso o reconciliación* por las cuales transitó la comunicación popular en el pasado y que pueden llevarnos a una pérdida de la *politicidad* (Mata 2011), que acá se discute, pues entendemos que la confrontación política es necesaria.

2.2 La matriz dialógica y participativa

Una de las premisas en que se sustenta la comunicación comunitaria es el diálogo. Hoy hablamos del diálogo de saberes (Santos 2006), como lo evidencia Dyann Román en la síntesis de su tesis de licenciatura.

Paulo Freire insistió en que el diálogo parte de la escucha. La vida contemporánea, como constatamos cotidianamente, ha privilegiado el sentido de la vista, habitamos un mundo plagado de imágenes en el que la vida se ha tornado un espectáculo (Debord 1997). Evidentemente esta espectacularización de la vida se catapultó con las redes sociales, el uso masivo del celular inteligente y la cultura del *selfie* (Giroux 2015). Nuestros ojos trabajan 24/7; nuestros oídos, no tanto.

El crítico cultural Henry Armand Giroux, en su defensa de la democracia, se preocupa por la sustitución contemporánea de lo que él llama «la visión de una buena sociedad» por «visiones de felicidad individual caracterizada por una búsqueda infinita por gratificación instantánea y autorreconocimiento» (Giroux 2015, 156). El tema de fondo para el autor es la limitación que este modo de ser, basado en las imágenes y las narrativas del *self* imponen a la reflexión y al cuestionamiento, cuando tanto los ideales de felicidad como el de libertad se basan centralmente en el gerenciamiento de sí mismo y mucho menos en un debate sobre la responsabilidad social (Araya-Jiménez y Sanchotene 2022). Es decir cuando la imagen, su curaduría, el sujeto-individual y su *performance* se colocan en el centro de la vida pública, desdibujando los colectivos, el ejercicio ciudadano y las responsabilidades compartidas.

En este escenario, se ha popularizado la cultura de la cancelación, la opinión personal cobra cada vez más fuerza (en algunos casos incluso sobre los hechos) y las habilidades de negociación son escasas. Esas tres destrezas: la escucha, el diálogo y la negociación, son indispensables tanto para la convivencia como para la construcción –o la reconstrucción– de la democracia; son requisitos para la interacción, la comprensión y la inclusión, para esto que Giroux (2015) llama «la visión de una buena sociedad».

Así, pensar en la comunicación como un facilitador del entendimiento social, basado en la capacidad de la escucha activa, sería la contribución de la comunicación en las organizaciones. (Forero Hurtado y Gutiérrez-Tobar 2021, 148).

Por ello, esta ha sido y es una tarea conscientemente asumida, la de aprender-enseñar a escuchar, la de propiciar el entendimiento social. En no pocos casos, los procesos de comunicación comunitarios inician con dinámicas para que las personas se conozcan, escuchándose.

La profesora Cicilia Peruzzo nos ha insistido (a quienes trabajamos en comunicación) en la necesidad de llegar a los territorios con al menos dos actitudes indispensables: a) presencia con responsabilidad y b) respeto a las especificidades culturales locales (Peruzzo 2016). Esto nos remite necesariamente a la ética, al cuidado y la horizontalidad característica de los procesos dialógicos y participativos. Además, nos permite analizar la segunda dimensión involucrada en este principio rector, la participación.

En otra producción (Araya-Jiménez 2021) afirmamos que podemos comprender la participación como un fenómeno complejo, pues, al reflexionar sobre ella y especialmente al promoverla, se hace preciso tomarse un tiempo para identificar dinámicas más amplias en las que se inscribe la participación; referimos a procesos socioculturales, históricos, político-económicos, y claro, comunicacionales, tanto en los niveles macro como micro. En lo micro, es necesario considerar la geografía, los grupos y hasta las subjetividades, pues son todos estos factores los que perfilan y constituyen la participación en las organizaciones.

Al asumir esa complejidad también podemos imaginar que la participación puede gestarse y ejecutarse en niveles, que pueden ir de lo más simple a lo más complejo, de menor a mayor involucramiento y compromiso. Así, podemos afirmar que la información sería el nivel más básico en que las personas pueden participar y la toma de decisiones el más estratégico, especialmente en la medida en que se vincula con el poder (Araya-Jiménez 2016). Como vimos en el texto de João Paulo Malerba, para el caso brasileño (y con fundamento en las dos investigaciones en las que se basó su tesis doctoral), se identifica una baja participación de la comunidad en el sistema de toma de decisiones de las radios comunitarias. Un nivel también bajo de participación habíamos identificado (Araya-Jiménez 2016) en las personas asociadas a cooperativas cafetaleras costarricenses; nótese que ambos estudios son de 2016. Otro hallazgo compartido es la falta de participación de las personas jóvenes, tanto en el cooperativismo costarricense, como en las radios comunitarias brasileñas.

Hemos indicado ampliamente las relaciones de proximidad estructural de la comunicación comunitaria con las matrices de comunicación latinoamericanas, entre ellas sin duda debemos incluir, en palabras de María Cristina Mata (1981), *la ciencia de la participación*. La investigación-acción, también llamada investigación-acción-participativa, comparte los presupuestos teóricos,

metodológicos y políticos de todas las formas de comunicación que se consignan bajo los adjetivos: social, ciudadana, comunitaria o alternativa. Como nos mostró la Dra. Noemí Gómez Gómez, esta lógica que inicia con el análisis de la realidad social, pasa luego a la reflexión colectiva, a la creación de propuestas y sigue con la acción colectiva para volver a la reflexión, comulga también con los postulados de las comunidades eclesiales de base. Evidentemente, la comunicación llamada participativa tiene también en Freire un referente, pues su pedagogía de la liberación rechazó radicalmente los procesos de aprendizaje (y la comunicación) verticalistas, bancarios y unidireccionales.

La larga tradición que existe en las ciencias sociales sobre los diagnósticos y las metodologías participativas⁶¹, ofrece a las personas profesionales el lugar de *facilitadoras*, de cocreadoras de procesos. Su sitio no es el del saber y sí el del acompañamiento respetuoso, el de quien haciendo colectivamente también aprende⁶², como nos ha compartido en su texto Dyann Román, en el trabajo de cocrear la estrategia de comunicación del movimiento por el parto humanizado y respetado.

Una organización líder en este tipo de educación y formación participativa, cuya amplia trayectoria la ha convertido en un referente para el contexto costarricense, centro y latinoamericano, es el Centro de Estudios y Publicaciones Alforja (véase el recuadro).

⁶¹ La literatura en estas materias es abundante, solo en el repositorio de la RedALyC (<https://www.redalyc.org>) aparecen bajo las palabras claves comunicación-comunitaria-participación, más de medio millón de registros. Recomendamos los siguientes: Lóor, Kléber. 2019. «Comuna Chanduy: Prácticas culturales, comunicación y participación para el cambio social». *Revista de Ciencias Sociales* 25, n.º 1 :82-93. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28059678008>. Diana Marcela Á. y Eliana G Yubinza. 2014. «Presupuesto participativo, liderazgo comunitario y participación comunitaria, ejes articuladores para el desarrollo social: revisión documental». *Revista Colombiana de Ciencias Sociales* 5, n.º1: 99-121. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=497856282007> En este último texto, las autoras presentan un listado de estudios sobre participación comunitaria.

⁶² Maritza Montero (2004), referencia latinoamericana en materia de psicología comunitaria, ve la participación comunitaria como un *continuum* de enseñanza-aprendizaje, en donde todas las personas aportan y reciben. Sugerimos dos de sus textos: Montero, Maritza. 2009. «El fortalecimiento en la comunidad, sus dificultades y alcances. Artículo de investigación documental». *Universitas Psychologica* 8, n.º3: 615-626. Montero, Maritza. 2010. «Fortalecimiento a la ciudadanía y transformación social: área de encuentro entre la psicología política y la psicología comunitaria». *Psykhé* 19, n.º 2: 51-63.



Ámbitos de Especialización

- Liderazgo para la participación ciudadana y la auditoría social hacia las políticas públicas, programas y proyectos.
- Concepción, sentido político y metodología para la elaboración de agendas locales, participación en la gestión municipal y presupuestos participativos sensibles al género.
- Fomento a la construcción de consensos y articulaciones, promoviendo una visión inclusiva, amplia y pluralista que permita recoger y valorar los aportes particulares de distintos grupos y sectores.
- Concepción, sentido político y metodología para construir escenarios de riesgo, propuestas de gestión participativa y planes de desarrollo a escala local, municipal, nacional y regional.
- Concepción, sentido político y metodología de sistematización y de valoración de impacto, de cara a una planeación estratégica.

<https://cepalforja.org>

En ese lugar de la facilitación, a las personas formadas en comunicación (idealmente integrando equipos interdisciplinarios) les puede corresponder la tarea de acompañar el fortalecimiento, el entrenamiento de las capacidades autocriticas, críticas, reflexivas, dialogantes (Álvarez y González 2014, 114) y de negociación, de las personas con las que trabajamos en las comunidades y los territorios, de cara a conquistar una participación más efectiva. Sin embargo, no deberíamos caer en el equívoco de asumir algún automatismo entre, abrir espacios de participación en las organizaciones y, su consecución. Es decir que no hay líneas rectas, ni sumas de absolutos entre la posibilidad de participar y la participación real.

En la comunicación popular, tal como ha sido ampliamente relatado desde sus orígenes⁶³, la perspectiva participativa supuso un cambio en relación con la comunicación tradicional a la que también hemos llamado funcionalista; un cambio que implica una dimensión política y también ontológica. Reiteramos lo dicho: la investigación acción participativa y la comunicación comunitaria reconocen su papel frente al protagonismo de los agentes locales, de las personas de la comunidad. Cecilia Ceraso (citando a Giménez Montiel et al. 2018) afirma que

La actividad comunicacional se entiende como un resorte para lograr participación consciente y organizada de los sectores populares en torno a demandas comunes, a la vez que para alcanzar su mayor cohesión interna (Ceraso 2020, 189).

Es claro que de esta manera se abandona la posición tradicional, en la que las personas profesionales venidas de fuera –en algunos casos de fuera de la comunidad, en otros incluso de fuera del país– traerían las soluciones y las respuestas, con el conocimiento válido y verdadero.

La teoría decolonial nos ha permitido leer esta tradición como una continuación de las prácticas colonialistas, que históricamente construyeron un conocimiento como legítimo y otros como nulos o inexistentes. El reconocimiento de los saberes ancestrales, campesinos, de los pueblos originarios, de las mujeres, de las personas jóvenes e infantiles, necesitó del abandono de posiciones presuntamente occidentales que priorizaron la razón, el conocimiento académico, fundamentalmente masculino, blanco y adultocéntrico.

En consecuencia como bien ha resumido la profesora Cicilia Peruzzo, para el caso específico de los presupuestos éticos que regulan la práctica de las relaciones públicas comunitarias, podemos indicar una serie de objetivos que articulan participación y comunicación: a) la búsqueda de la mayor conciencia de las personas sobre la realidad en la que están insertas, b) la búsqueda del interés colectivo, del bien común, c) la atención a las necesidades,

⁶³ Destacamos como fundantes del campo a Fernando Reyes Matta (Chile), Rafael Roncagliolo (Perú), Felipe Espinoza (México), Jorge Merino Utreras, Rosa María Alfaro (Perú), Eduardo Contreras Budge (Chile), Alfonso Gumucio Dagron (Bolivia), Regina César (Brasil), Fernando Ossandón (Chile), Alfredo J. Paiva (Argentina), Joana Puntel (Brasil), Máximo Simpson Grinberg (Argentina), Regina Dalva Festa (Brasil), Carlos Monsiváis Aceves (México), Miguel Azcueta, Gilberto Gimenez (Brasil), Ana María Nethol, María Cristina Mata (Argentina), Marco Morel (Brasil), Diego Portales, Daniel Prieto Castillo (Argentina), Luiz Fernando Santoro (Brasil), José Ignacio Vigil (Cuba), Hector Schumcler (Argentina), José Martínez Terrero, Esmeralda Villegas Uribe, (Colombia), Pedro Gilberto Gomes (Brasil), Mario Kaplún (Argentina), Juan Díaz Bordenave (Brasil), Luis Ramiro Beltrán (Bolivia), Denise Cogo (Brasil) y Cicilia M. Krohling Peruzzo (Brasil). La lista original está en Peruzzo (2009, 48), aquí se agregaron los países de origen de cada persona autora y se ampliaron las referencias a partir de la revisión realizada en el marco de la actividad de investigación en la que se inscribe este libro.

perspectivas, formas y prioridades organizativas locales y comunitarias y d) la participación activa y directa (Peruzzo 1993).

Esto supone abandonar también lo que podemos denominar *seudoparticipación*, es decir, aquellos espacios abiertos por organizaciones o por instituciones que, aunque en apariencia convocan a las personas para escucharlas y para incluir sus criterios y necesidades, las mismas acaban siendo desconocidas o desestimadas. Estas prácticas son altamente nocivas pues minan la confianza y la credibilidad en nuevos procesos colectivos, participativos y de creación conjunta.

Cecilia Ceraso (2020), por su parte, argumenta que el primer paso para lo que ella llama la *real participación* es tornarse consciente de la importancia del decir. Volvemos acá a la fuerza de la voz. Baldissera y da Silva (2022) nos recuerdan que el discurso tiene la potencia de instituir el mundo, para los autores brasileños el discurso no es únicamente lo que se dice, sino también lo que se hace.

Voces Nuestras

Voces Nuestras es una organización creada en 1989 por 15 mujeres. Reconoce que hay diferentes feminismos y actualmente está integrada por mujeres, hombres y personas no binarias.

Acompañamos presencial y virtualmente procesos de defensa de territorios en disputa en Mesoamérica (cuerpo, aire, tierra y memoria histórica), mediante el ejercicio del Derecho Humano a la Comunicación, la formación política y la pedagogía de la memoria histórica con perspectiva feminista.

Desarrollamos procesos de comunicación comunitaria creativos e innovadores y hacemos énfasis en el trabajo con mujeres, jóvenes y pueblos originarios.

<https://vocesnuestras.org>

En síntesis el diálogo es un principio rector que señala como tarea de la comunicación el desarrollo de la escucha activa, especialmente de cara a lo que Forero y Gutiérrez (2021)

llaman *el entendimiento social*; la convivencia armónica de los seres humanos entre sí, con otros animales no humanos y con el ecosistema que venimos destruyendo sistemáticamente desde antaño⁶⁴. Desde nuestra perspectiva ese *entendimiento* y esa *armonía* funcionan como metas en permanente construcción, no como lugares a los que se llega para quedarse, sino como momentos de un equilibrio cuasi estacionario, pues entendemos que la vida se desarrolla en un entramado de tensiones.

El fomento de la participación real es también el sur⁶⁵ de la comunicación comunitaria, por un lado porque requiere aprender-enseñar a realizar atentas lecturas del contexto, por otro porque es necesario desarrollar usar, apropiar y evaluar metodologías creativas y horizontales, que potencien la labor de las organizaciones de formas respetuosas de la diversidad. Reflexionemos ahora sobre el primado de lo colectivo en esta forma de pensar, sentir y actuar comunicacionalmente.

2.3 Lo colectivo

La diversidad de modos o tipos organizativos que caracteriza lo que se ha denominado el tercer sector⁶⁶, incluye desde colectivos, movimientos sociales, asociaciones, cooperativas, fundaciones, sindicatos, federaciones, organizaciones de la sociedad civil, asociaciones de desarrollo, organizaciones indígenas, étnicas, entre otros. En algunos casos, estas organizaciones son efímeras, en otros su existencia puede extenderse por décadas y décadas. El nivel de formalidad o informalidad, en el sentido de una organización legalmente constituida o no, también difiere sentidamente entre algunos de estos tipos o modelos organizativos.

Considerando esa diversidad, entonces ¿qué se entiende por colectivo? El colectivo coloca el interés común por encima del individual o particular; no se excluye lo personal, pero se lo supera, porque la apuesta es por lo compartido. En palabras de Fasano «es aquella comunicación que se propone fortalecer la dimensión comunitaria de la vida social» (2016, 79). Por eso, la comunicación comunitaria es de base colectivista.

Algunas de estas organizaciones traducen esa colectividad en sus modos de organización, como las cooperativas agrícolas en las cuales los bienes son compartidos por sus personas

⁶⁴ Harari, Yuval Noah. 2019. *Sapiens: De animales a dioses*. Ciudad de México: Debate.

⁶⁵ El norte global se instauró y naturalizó como referente, siguiendo las enseñanzas de la teoría decolonial, procuramos resignificar y reivindicar el sur.

⁶⁶ Un clásico bastante ilustrativo es Corry, Olaf. 2010. Defining and Theorizing the Third Sector. In *Third Sector Research* edited by Rupert. Taylor, 11-20. New York: Springer

asociadas, bienes como la tierra, los ingenios, las plantas de industrialización o almacenamiento, los camiones repartidores, etc. La propiedad es colectiva. En esta tipología, podemos incluir las radios comunitarias cuyos equipos son propiedad común.

En otras lo colectivo es la gestión, lo cual se traduce en la toma de decisiones sobre la vida estratégica, operativa y funcional de la organización, en ellas son usuales las asambleas altamente participativas. Hay aquellas en las que lo que se colectiviza son los réditos, las ganancias.

En las organizaciones que defienden intereses, necesidades y derechos, son los fines, los objetivos los que se comparten, como las personas trabajadoras de las piñeras que luchan por condiciones laborales dignas o las personas indígenas que defienden sus territorios y culturas ancestrales.

Es usual encontrar ejemplos en los cuales los modos de organización, la gestión, los bienes, los dividendos y los logros son colectivos.

En esta medida, el colectivo puede relacionarse con la dimensión organizativa, no por acaso algunas organizaciones se llaman a sí mismas colectivos (como La Colectiva por el Derecho a decidir). Por un lado, porque se requiere un mínimo de organización para operar, sea en el nivel que sea y, por otro, como se ha afirmado a lo largo del libro, la comunicación, en tanto producción de sentidos, es lo que posibilita el tejido organizativo, es decir, el colectivo se genera a partir de procesos comunicacionales.

En lo que respecta específicamente a las dinámicas de los colectivos, algunos teóricos van a afirmar que la masa se convierte en grupo cuando asume una tarea común (Martín-Baró 1989) con la que crea una identidad y sus miembros resultan en consecuencia identificados entre sí (Freud 1921). Otros aseveran que la comunidad nace de las relaciones y los vínculos (Sodré 2007; Galindo-Cáceres 2016). Es decir que podemos pensar la dimensión colectiva inherente a la comunidad en relación con aquello que une a las personas que la integran sea en una causa, experiencia o vivencia común, o en la identidad.

A esta caracterización de lo colectivo, Jesús Galindo Cáceres agrega la relación mágica entre pasado y presente, pues nos recuerda que los colectivos no nacen por generación espontánea sino que tienen un contexto histórico que les informa y, al mismo tiempo, son provocaciones hacia el futuro.

Los colectivos sociales son la cocina de lo posible y en forma simultánea la receta de lo probado, la creación que destruye a las instituciones viejas para crear a las nuevas, el regreso del pasado en nuevos sujetos y actores, lo raro y lo común, lo distinto y lo presente, lo alterno y lo escaso (Galindo-Cáceres 2016, 36).

En el plano de la gestión organizacional, crear, fortalecer y mantener grupos es mucho más complejo que trabajar en solitario, pues establecer equipos requiere nuevos niveles de involucramiento y compromiso. Reflexionemos brevemente sobre el pensamiento colectivo en los grupos. Según Cembranos y Medina (2006) el pensamiento grupal es mucho más complejo (en la acepción positiva del término) que el individual, porque el primero se basa en la interacción, pero además porque permite manejar múltiples perspectivas. Asimismo, por ello, acaba teniendo un potencial mucho mayor para la creatividad y la solución de problemas.

Sobre los aspectos menos favorables los autores alegan que «los grupos son más lentos porque la información tiene que hacerse explícita a través del lenguaje y debe ser interpretada por el colectivo» (Cembranos y Medina 2006, 32). Para que el pensamiento grupal se transforme en pensamiento colectivo requiere de la comunicación. A su vez, la comunicación colectiva necesita que cada persona participante logre expresar sus pensamientos en ideas explícitas. Esto nos enfrenta con los errores de la comunicación en términos de su expresión, de su oportunidad, pertinencia, de su precisión, de su escucha e interpretación. En el acelerado contexto en el que nos encontramos, en tiempos de la inmediatez y la velocidad, la lentitud de los procesos colectivos resulta contracultural y, por ello, se convierte en un desafío.

El individualismo reinante también supone un reto para los procesos colectivos que se promueven y acompañan desde la comunicación comunitaria, quizá porque para trabajar junto a otras personas se necesita confiar, como hemos argumentado en trabajos anteriores (Araya-Jiménez 2016; Araya-Jiménez 2018; Araya-Jiménez y Labarca-Encina 2022). La confianza es un acuerdo tácito de no daño. Es la creencia de que las personas, el colectivo o la organización no aprovecharán las debilidades o las fragilidades evidenciadas en la relación (Morrow, Hansen y Pearson, citados en Huertas-Hernández 2005, 108).

Como nos ha mostrado Samuel Garrido (2013) la confianza en las organizaciones tiene una relación directa con la participación y la cooperación. Con la primera, porque para ser parte activa de la vida organizacional, se requiere percibirla como un espacio seguro y con la segunda

en la medida en que, como lo ha indicado el teórico español especialista en cooperativas, las personas tenemos hacia la cooperación una actitud condicional, vinculada con el cumplimiento de los acuerdos y el trato equitativo: es decir, «yo coopero si cooperamos tod@s» y «yo cumplo lo acordado si tod@s lo hacemos».

Recordemos que hay autores y autoras que han planteado que los límites de lo comunitario están mediados por la confianza (Tacussel, 1998). Refiriendo específicamente a las organizaciones sociales y comunitarias de comunicación en Colombia, Ceraso (2020, 195) apunta que

la construcción permanente de la confianza es una acción continua que los colectivos deben realizar para generar la re-existencia de las comunidades y la no repetición de la violencia.

Cuando hablamos de lo colectivo como principio rector referimos a que la comunicación comunitaria trabaja con agrupaciones mucho más que con sujetos individuales y a que le interesa lo común, lo que se comparte, articula, aglutina y crea identidad, porque en las luchas, la defensa de derechos y las reivindicaciones está demostrado el poder del colectivo.

Dos vertientes de ese poder colectivo han sido y son la solidaridad y la cooperación. No por casualidad muchas de las organizaciones de la sociedad civil han basado su labor en el voluntariado, como João Paulo Malerba, Laura Nayara Pimenta y Márcio Simeone Henriquez nos mostraron que sucede en el contexto brasileño; contexto en el cual existen múltiples ejemplos de organizaciones que solidariamente hicieron frente a las múltiples y complejas problemáticas que la pandemia por COVID-19 hizo estallar⁶⁷. Para el paisaje costarricense, la tradición cooperativa, que otrora marcó el tipo de vida de regiones como Los Santos, San Carlos y Pérez Zeledón, especialmente en términos de generación y distribución de riqueza, se basa también en la filosofía de la solidaridad, la ayuda mutua y el compromiso con la comunidad; fundamentada en una participación activa de su base asociativa.

El trabajo comunicacional *con* el colectivo (usando la lógica preposicional que nos regalaron Laura Nayara Pimenta y Márcio Simeone según la cual *con* incluye las otras tres preposiciones), se vincula con la *participación*, porque la apropia y la promueve, pues se trata

⁶⁷ Véase la experiencia de Periferia Viva en Belo Horizonte, Brasil; disponible en: <https://aic.org.br/atuacao/fortalecimento-da-sociedade-civil/periferia-viva/>

justamente de apoyar la creación y el sostenimiento de colectivos participando activamente desde sus demandas, intereses, necesidades y voces. En este sentido, lo *colectivo* se relaciona también con la *ciudadanía*, pues está última refiere a las necesidades compartidas colocadas como demanda o reivindicación en el espacio público. Sobre este principio reflexionamos en la siguiente sección.

2.4 La apuesta por la ciudadanía

La ciudadanía implica una relación con lo público, porque refiere a las necesidades e intereses de las personas en su estatuto de ciudadanas, es decir, frente al Estado⁶⁸ y en los espacios colectivos y de la vida en comunidad.

En las palabras de Thays Teixeira, hablar de ciudadanía involucra que el sujeto se asume como sujeto político, pues, si participar es saberse con voz, la ciudadanía es ejercer esa voz, ponerla en el espacio de lo público para hacer incidencia. Como nos recuerdan Ângela Marques y Luís Martino (2020, 122) «el derecho a voz es uno de los bienes distribuidos en las condiciones más desiguales (...) no es algo dado, sino conquistado junto a la presencia en el espacio público»⁶⁹. Así, podemos pensar que la ciudadanía está un paso más allá de la participación. De esta manera, se vincula directamente con los principios rectores relativos a la *dimensión política* y la búsqueda de la *transformación social* (sobre la cual reflexionamos al final del capítulo). Dicho hermosamente por Cecilia Ceraso (2020), la voz en el espacio público crea una verdad otra⁷⁰ y genera memoria (véase recuadro). «Porque las luchas por el poder siempre han sido luchas por conquistar o reconquistar la palabra» (Mata 2011,17).

⁶⁸ En atención a las lógicas contemporáneas y al poder que las empresas detentan, deberíamos asumir que algunas disputas se dan frente al mercado. No obstante, es el Estado el que regula la vida pública, otrora reguló con mucha mayor presencia, aunque siempre con sendas críticas y falencias, la vida laboral.

⁶⁹ Recordemos el llamado de atención que, hace poco más de una década, hacía María Cristina Mata (2011) respecto de la idea de una mayoría «sin voz», pues dicha idea reñía con la manifestación de esa voz en las prácticas, las luchas y la organización de los grupos marginados/explotados.

⁷⁰ Recomendamos a las personas lectoras dos textos: ¿Puede el subalterno hablar? de la filósofa indú Gayatri Chakravorty Spivak y *Why voice matters?* del investigador británico Nick Couldry.



Para estudios sobre la memoria en Latinoamérica

Sugerimos la producción de Loreto López-González y de Juan Sebastián Granada-Cardona. Guglielmucci, Ana. y López, Loreto. 2019. «Restituir lo político: los lugares de memoria en Argentina, Chile y Colombia». Kamchatka. Revista de análisis cultural, n.º13: 31-57.

Granada-Cardona, Juan. Sebastián. 2020.

«Las víctimas en la Historia del Presente: un peligroso (en)canto de Sirenas». En En la cresta de la ola. Debates y definiciones en torno a la historia del tiempo presente editado por Eugenia Allier Montaño, Camilo Vicente Ovalle, César Iván Vilchis Ortega (editores), 255-278.

Bonilla Editores/IIS-UNAM.

Como afirmamos anteriormente la necesidad de decir, de alzar la voz, de reivindicar la propia palabra es una característica intrínseca de los colectivos y los movimientos sociales, también lo ha sido de algunos de los tipos organizacionales mencionados arriba (como los sindicatos en particulares luchas y momentos históricos). Porque nunca es lo mismo narrar que ser narrado y porque hay una potencia en la voz que se activa cuando es escuchada (Marques y Martino 2020).

Cuando en comunicación comunitaria hablamos de ciudadanía, hacemos referencia directa a los derechos humanos y la necesidad de defenderlos y ampliarlos. Hablamos también de las obligaciones ciudadanas, de los deberes en términos de las responsabilidades sobre la vida en común.

Algunas autoras y autores hablan de derechos de ciudadanía (Peruzzo 2007; Ceraso 2020), sean estos de primera generación como derecho al voto y a la libertad de expresión, o de segunda generación como aquellos que se restringen o anulan en función de las desigualdades socioeconómicas actuales. Refieren en última instancia a asegurar a las personas una condición de vida digna. Los llamados derechos de tercera generación responden a demandas colectivas y resultan especialmente importantes en nuestra coyuntura, pues en ellos se inscriben las luchas por los territorios de los pueblos ancestrales y la protección del medio ambiente, para señalar únicamente dos ejemplos.

María Cristina Mata señala con lucidez que debemos superar esa perspectiva de derechos y deberes para incluir la *praxis* (2011, 18) «la capacidad de ser sujeto en todos los ámbitos en que se construye el poder y, por consiguiente, la participación pública en la elaboración de las reglas que, con validez de norma instituida o legitimada, tienen capacidad de ordenar la vida en sociedad».

La ciudadanía reconoce y potencia el poder que las personas tienen para transformar la realidad (Freire 2019), lo cual como el ampliamente citado pedagogo brasileño nos enseñó, requiere un proceso previo, el de asumirse primero como una persona que puede transformar las cosas; es decir, la concientización.

Nos permitimos afirmar que la reflexión sobre la necesidad de reconocer la potencialidad humana para transformar las cosas siempre ha resultado indispensable. En los tiempos que corren, sin embargo, adquiere matices particulares. Especialmente, si consideramos que una porción de las generaciones más jóvenes ha nacido y crecido en la era digital, en el contexto de la emergencia climática, del descrédito de la política, del cuestionamiento profundo a las democracias, la amenaza zombi, las series apocalípticas, postapocalípticas y la precarización laboral. En ese contexto, en algunos casos, las juventudes han abrazado la desesperanza y la parálisis, en otros la beligerancia y la participación política activas; algunos han optado por opciones como el vegetarianismo o el veganismo, otros se ocupan de su sobrevivencia material y concreta. Sea cual sea la opción elegida o las condiciones reales de posibilidad, conceptualizamos la consciencia crítica como un primer paso para el ejercicio ciudadano desde la comunicación.

Las comunidades pueden acceder a estos cauces y manejar los lenguajes de las redes. Otra vez luchando por no quedar en el silencio, otra vez trabajando para que la verdad no sea unívoca. (Ceraso 2020, 189).

El sistema sociopolítico en el que nos encontramos, el capitalismo en su fase neoliberal, no ha mostrado demasiado interés en formar sujetos políticos, críticos, reflexivos, participativos, responsables y preocupados por el bienestar, la vida armoniosa en colectivo con protección ambiental y respeto por los derechos humanos. El ejercicio ciudadano en ese contexto suele ser marginal (desde el margen), contestatario y reivindicativo. En este entendimiento, es totalmente coherente que la propuesta metodológica de Thays Helena Silva Teixeira parta de una experiencia organizativa que resiste y busca afianzar sus derechos a la vivienda y a la

ciudad. Ya en ese texto la autora nos regala la articulación entre ciudadanía y comunicación ampliamente desarrollada en nuestro ámbito de interés.



CICOM Centro de Investigación en Comunicación

Poder, derechos y ciudadanía comunicativa

En la Universidad de Costa Rica, en el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) se desarrolla el Programa de Investigación denominado: Poder, derechos y ciudadanía comunicativa., cuyas investigaciones sobre concentración de medios, economía política de la comunicación y ciudadanía, entre otros. Pueden consultarse en el siguiente enlace:

<https://cicom.ucr.ac.cr/programas-ciudadania/>

Como se señaló, en la medida en que ciudadanía remite a lo público, en una de sus dimensiones implica necesariamente al Estado y sus instituciones, la relación entre las personas y la institucionalidad que regula la vida en colectivo. En esa relación, un tema permanente es la comprensión del funcionamiento del Estado, de las normas y leyes que rigen un país y en algunos casos inclusive, las normativas e instancias supranacionales a las cuales las personas ciudadanas pueden acudir para hacer valer sus derechos y reivindicar sus luchas.

En ese marco, una tarea clave de la comunicación ha sido (es y será) la labor de traducción de las normativas, procedimientos, trámites que tienen las instituciones públicas. A lo largo de América Latina, existen organizaciones avocadas a realizar esa función de traducción, enlace y articulación. En esta línea, un ejemplo muy interesante fue la producción de 13 cortos denominada *Animales Políticos*, dirigida por Roberto Jaén y Nicole Villalobos quienes resultaron beneficiarios del Fondo para el Fomento Audiovisual y Cinematográfico «El Fauno», del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, institución del Ministerio de Cultura y Juventud (véase <https://www.youtube.com/watch?v=cOIG1Ry2zoQ>).

Este tipo de producciones, o bien de organizaciones, en algunos casos asumen la tarea de informar o de formar a la ciudadanía en materias de su interés, como es el caso de Democracia a la mano (véase recuadro). Sin duda en el contexto costarricense tenemos un amplio espacio para el desarrollo de este tipo de iniciativas, tanto como para el ejercicio de esa labor de interpretación.

Democracia a la Mano

¿Qué significa que un proyecto de ley haya sido aprobado en primer debate? ¿Es la huelga la forma más eficaz para llevar a la realidad una demanda social? El desconocimiento y la falta de comprensión aleja aún más a una ciudadanía en desencanto y frustración con la vida pública y la política costarricense. Democracia a la Mano es un programa de alfabetización ciudadana dirigido a personas jóvenes con el propósito de incentivar una participación de la ciudadanía más amplia y con un protagonismo de mayor calidad en la vida pública. Empoderar con conocimiento a las nuevas generaciones que están creando sus hábitos políticos es una oportunidad de peso para la transformación social.

En Newton, productora de recursos educativos basada en la empatía como valor humano y la comunicación para el desarrollo (C4D) como metodología, hemos impulsado desde el 2014 este programa como parte del colectivo de sociedad civil Ojo al Voto, bajo la perspectiva de Estado Abierto al integrar a los 3 poderes del Estado, el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) y organizaciones no gubernamentales (ONG).

Podés conocer más en newtontransforma.com/democracia

En otros países y contextos, las organizaciones de la sociedad civil (ONG, cooperativas, asociaciones, grupos comunales o barriales, entre otras) se convierten en apoyos para la institucionalidad en el cumplimiento de sus fines. Muchas organizaciones sociales, cívicas y comunitarias operan como brazos del Estado, sea en el marco de procesos de descentralización de la gestión pública o, en algunos casos, sustituyendo a un Estado frágil o ausente.

Sobre la relación entre Estados, políticas públicas, familias y género, sugerimos sentidamente los estudios de la Dra. Juliana Martínez Franzoni por su pertinencia y perspectiva centro y latinoamericana.

Véase: Desigualdades de género en los regímenes de bienestar latinoamericanos: mercado, política social y organización familiar de los cuidados (2013);
La política social en Centroamérica: tímidos cambios y tercas continuidades (2014),
Regímenes de Bienestar en América Latina: tensiones entre universalización y segmentación (2016), Pensiones alimentarias y protección social ante la pandemia en América Latina durante el 2020: oportunidades para superar la desconexión (2021).

Estos, así como otros textos y entrevistas están disponibles en:

<https://www.kerwa.ucr.ac.cr/discover?scope=10669%2F1419&query=Juliana+Mart%C3%ADnez+Franzoni&submit=>

En la complejidad de estas realidades, en ocasiones el

Estado actúa como garante de los procesos participativos y proveedor de herramientas pedagógicas, de mecanismos de participación social, de apoyo financiero y psicosocial a las comunidades organizadas, lo que posibilitaría credibilidad del Estado como copartícipe para enfrentar las dificultades o adversidades que se le presenta a la comunidad en el ejercicio de la participación (Álvarez y González, 2014, 116).

Por otra parte, si articulamos la dimensión formativa con el principio de la *participación* y la *incidencia política* arriba explicados, es posible pensar en el fortalecimiento de las comunidades y sus liderazgos, para que sean capaces de ejercer el control social –que les corresponde– sobre el Estado (Álvarez y González 2014, 114). De modo que, en este escenario, el protagonismo no es del Estado como facilitador, sino las comunidades como auditoras del accionar público.

Flores y Javiedes (2000), Kalman (2003), Caballero (2007), Landázuri (2010) y Angulo Brenes (2010)⁷¹ nos han alertado sobre los peligros de que la formación y la educación se

⁷¹ Citados en Álvarez y González 2014, 114.

conviertan en manipulación de los procesos comunitarios. Aunque la voz de alarma se ha levantado especialmente en referencia al direccionamiento de la participación que pueden – y de hecho en ocasiones realizan– algunas instituciones del Estado, cabe la misma llamada de atención para la labor que se gesta desde las organizaciones y las personas profesionales. Por ello, se hace indispensable el fortalecimiento de las capacidades autocríticas, críticas y de negociación antes mencionadas, especialmente en el contexto de las agendas capitalistas y neoliberales que caracterizan el modelo de desarrollo vigente.

Precisamente en este escenario y debido a que los medios de comunicación (tanto los tradicionales/hegemónicos, como los alternativos) se ubican en el espacio de lo público, en la creación y disputa «por la estabilización sociocultural del sentido del mundo» (Baldissera y da Silva 2022, 5), en las tensiones propias de las relaciones de poder que definen sus dueños, sus voces y discursos autorizados, en esa exacta medida los medios de comunicación, han sido un actor históricamente vinculado con los temas de ciudadanía.

Por una parte es evidente y harto conocida la importancia que los medios han tenido y tienen en la disputa por el sentido, por los temas, figuras y organizaciones que se colocan en la agenda pública y, especialmente, por la manera en que las cuestiones, contenidos y personas son construidas y presentadas.

Por otra parte, ha sido amplio el debate relativo a la histórica concentración de medios en América Latina⁷² y a sus implicaciones en el ejercicio de la palabra, problematizando la libertad de expresión (véase recuadro), la posibilidad que la diversidad de voces tiene en ese espectro y evidenciando la relación entre poder mediático, poder económico y poder político⁷³.

⁷² Como ya indicamos en el capítulo 6.

⁷³ Véase un clásico muy esclarecedor, «Murdoch and Berlusconi the fall of two media empires and the network multitudes», publicado en 2011 por Giorgio Griziotti.



Por todo lo anterior, una dimensión de la relación entre la comunicación organizacional en clave comunitaria y la ciudadanía pasa por los medios (sin agotarse en ellos), como nos han explicado ampliamente las y los autores de esta línea de pensamiento y acción. Los canales, mensajes y los dispositivos de comunicación también se vinculan con la ciudadanía, es decir, lo que se dice, cómo y dónde se dice puede hacer referencia al ejercicio de derechos, a la búsqueda de la soberanía y a la reivindicación de los intereses de las organizaciones, las personas y las comunidades.

2.5 La dimensión afectiva-estética-poética-celebratoria

«Recuperar la alegría sin perder la indignación»

La activista feminista Lorena Cabnal

propone un principio para interpretar la vida: la pluralidad.

La comunicación comunitaria, al procurar una comprensión integral de los procesos, ha evidenciado desde sus diversos frentes de reflexión y quehacer, la dimensión afectiva del ser humano. Como dice Sara Ahmed (2014), los afectos dan cuenta de aquello que nos mueve, nos conmueve, nos impresiona, que nos inquieta y sobresalta: aquello que nos afecta. Por ello, desde la comunicación comunitaria, se ha tenido siempre presente la estética y la poética.

La palabra estética «en latín *aesthetica*, significa dotado de percepción o sensibilidad, perceptivo, sensitivo. Los antiguos filósofos griegos, como Platón y Aristóteles, vinculaban esta palabra con la percepción de la belleza y el influjo que ejerce sobre nuestra mente, indicando a la estética como la teoría de la belleza y la filosofía del arte⁷⁴».

En la larga historia de las prácticas populares, el quehacer de los colectivos, de los grupos, de las personas, ha estado siempre mediado por la música, el baile, el canto, el teatro, la lírica, la culinaria, el juego. Porque las experiencias cuentan y no se circunscriben –ni única ni exclusivamente– a procesos formales. Especialmente, cuando el objetivo es crear y cocrear el arte y su belleza (o su fealdad), son sin duda una vía y un camino por el que con naturalidad se transita desde esta perspectiva.

En el siglo XVI la magia era parte del saber occidental. No solo era considerada una práctica eficaz, sino también una teoría respetable. Prueba de ello es que aparecía entre las materias de estudio de los gobernantes (Díaz, 1992). Después la modernidad, desde su criterio de autoridad, abolió de la superficie al pensamiento mágico, acusándolo de primitivo, y ensalzó el predominio de la razón para construir saberes por encima de toda otra forma de conocimiento (Ceraso 2020, 186).

La poesía también aporta en la construcción de las narrativas de los procesos, sea para la creación de memorias, sea como expresión o sistematización de los haceres y los sentires particulares. Las formas en las que se pueden producir las narrativas comunitarias, al incluir la estética y la poética, se amplían sentidamente. Diversos eslóganes de grupos, colectivos y movimientos sociales reivindican emociones como la esperanza, la ternura y *las alegres rebeldías*. La solidaridad es a menudo fuente de motivación para el encuentro y para el trabajo conjunto. Pero, también el hartazgo, el enojo y la rabia son invocadas como emociones desde las cuales involucrarse, reclamar, denunciar, demandar y exigir respeto, transformaciones o ceses de violencias. La rebeldía⁷⁵ ha sido en no pocos casos, la marca de nacimiento de numerosos colectivos, movimientos sociales, organizaciones civiles y protestas (véase recuadro).

⁷⁴ Tomado el 06 de noviembre de 2021 de la página web de [www.deChile.net](http://etimologias.dechile.net/?este.tica) (<http://etimologias.dechile.net/?este.tica>).

⁷⁵ Rossana Reguillo publicó en 2012, a través de la editora Siglo XXI, el libro llamado *Culturas Juveniles: Formas políticas del desencanto*, un texto de referencia en los estudios tanto de juventud como de emociones políticas. Sugerimos ese texto, así como su producción reciente.

MAREA VERDE

Fue ampliamente conocido el caso de la Marea Verde en Argentina, una lucha de las mujeres (y las personas gestantes) por sus derechos sexuales y reproductivos, por la soberanía de sus cuerpos, por la despenalización del aborto y la demanda de acceso seguro a servicios de salud para la interrupción del embarazo. Se trata de un movimiento que inició en 2003 y explotó en 2018. Este es un buen ejemplo de alegres rebeldías, pues, las protestas estuvieron siempre llenas de música, performance y color.

<https://www.amnesty.org/es/latest/campaigns/2019/08/the-green-wave/>

Por otra parte la defensa de la vida también lleva a su celebración. Se exaltan sus procesos, las luchas y los logros, se conmemora el encuentro, la magia de juntarse y la alquimia de construir y transmutar.

Quizá este sea el principio rector que menos aparece en los textos académicos, aunque en la sistematización de los procesos y en las experiencias prácticas solemos percibir su presencia constante, como sucede en el capítulo de la Dra. Noemí Gómez. En este, aparece consignado como uno de los cuatro ámbitos formativos (precisamente la formación artística-cultural), pero también aparece reseñado por uno de sus entrevistados como propósito de la intervención socioeducativa, específicamente enfocado en fortalecer las formas de convivencia al promover actividades artístico-culturales ligadas a la concientización y la organización en un «ambiente festivo, de respeto y de solidaridad».

A veces la comunicación comunitaria se sirve de la poesía y de la danza para incluirlas en sus luchas y aprovechar sus formas y bondades; a veces se vale la estética de lo grotesco para incomodar y provocar la reflexión y la acción. En los encuentros en los que se gestan estrategias, medios, reflexiones, protestas o productos de la más diversa índole, circula siempre el afecto. La tradición latinoamericana manda que tanto los vínculos como los haceres estén atravesados por las comidas, las bebidas, la música, el teatro y las danzas, como lo mostró el análisis del proceso vivido en Lomas de Polanco, Jalisco, México, antes referido.

2.6 La priorización de lo local

En una relación directa y permanente con el segundo y el cuarto principio, es decir, la matriz dialógica y participativa y la apuesta por la promoción de un ejercicio ciudadano activo, la comunicación comunitaria ha sido y es de base local. Lo que hoy algunas corrientes de pensamiento y de activismo político han llamado la *comunicación situada*.

Sandra Massoni, cuando desde Rosario, Argentina, teoriza sobre la comunicación estratégica enactiva, habla de partir de la contingencia y el análisis situacional (Massoni 2007; 2011). Desde nuestra perspectiva, toda estrategia de comunicación que se precie –y todo proceso de comunicación estratégica– parte del análisis minucioso del contexto (Martínez y Telles 2013; Rodiles Casamayor y Viel Fajardo 2015; Forero y Gutiérrez 2021).

Es necesario indicar que, en una medida, lo local se opone a lo universal, pues este es un eje clave de divergencia ampliamente debatido, que merece una breve acotación histórica. Tanto en las ciencias sociales como en la comunicación y en otros campos del conocimiento, por décadas (y tristemente aún en nuestros días) las teorías privilegiadas provenían centralmente de Estados Unidos y de Europa –con énfasis en Francia, Inglaterra y Alemania (Barranquero y Sáez Baeza 2012)–. Así, el pensamiento occidental se propuso a sí mismo como El Pensamiento, universalizando sus temas, sus objetos y sus sujetos⁷⁷.

Las teorías que en el inicio de la psicología, la sociología o la antropología buscaban, por ejemplo, explicar los procesos del pensamiento en la infancia, el suicidio o el desarrollo afectivo, asumían sus premisas, postulados y poblaciones de estudio como genéricas y, por tanto, sus resultados como generalizables.

Es fácil encontrar en los textos fundantes de la comunicación popular, alternativa y participativa, una disputa permanente por el poder ejercido desde geografías foráneas sobre el subcontinente latinoamericano. La teoría decolonial ha discutido ampliamente el *racismo epistémico* impuesto desde el norte global, según el cual el conocimiento válido fue y aún es, el pensamiento anglosajón y europeo, blanco y masculino⁷⁸.

⁷⁷ Véanse los debates sobre la geopolítica del conocimiento en Mignolo (2000), Quijano (2000) y Barranquero y Sáez Baeza (2012)..

⁷⁸ Tristemente, una crítica que hace casi 20 años formulaba el teórico latinoamericano Néstor García Canclini (Barranquero y Sáez Baeza 2012), la constatamos en nuestros días si miramos la cantidad de textos académicos que se producen en inglés –y por ello son mejor evaluados–, inclusive cuando sus autoras y autores sean personas de origen latino o del sur global. La mayoría de esos textos son además producidos por hombres blancos. La Dra. Ana Cristina Suzina (reconocida académica brasileña radicada en Bruselas y con quien hemos tenido el honor de abrir este libro) explica que, de la producción en inglés constituida por un poco más de 400 revistas europeas que trabajan contenidos de comunicación, identificó cuatro personas latinas que escriben en ellas.

Judith Butler (2005) señala que Adorno nos enseñó a entender que parte de la violencia incluida en la universalización es su indiferencia a las condiciones sociales, en las cuales su apropiación en vivo –y en directo– se hace posible.

La comunicación comunitaria se sitúa geográficamente, localmente, asumiendo la necesidad de pensar, de sentir y de hacer desde una corporalidad y un territorio que tiene características particulares, a las que corresponde una historia, unas prácticas culturales. No se admiten generalidades, generalizaciones, ni perspectivas universales que se impongan como recetas mágicas, se trabaja desde la particularidad del territorio.

La priorización de lo local no significa una negación de las articulaciones que la comunicación popular y alternativa han propiciado desde sus orígenes (Beltrán 2005; Mata 2011), siendo estas muchas veces de carácter regional, pero en no pocos casos, de dimensiones internacionales. Esta práctica articuladora, que se extiende hasta nuestros días, se ejemplifica en el caso tunecino que nos expone João Paulo Malerba en su análisis de la dimensión tecnopolítica de las radios comunitarias y su uso de múltiples plataformas en una experiencia transfronteriza.

Por otra parte, siendo coherentes con el quinto principio ya explicado, la dimensión afectiva-estética-poética-celebratoria, es en el territorio donde el encuentro se puede producir, donde la creación de vínculos se hace posible, por las cercanías, las proximidades, lo que se tiene en común.

Se hace indispensable en este punto, recordar la aclaración que al inicio del texto realizó la profesora Cicilia Peruzzo: cuando hablamos de lo local y del territorio, no establecemos relaciones de automatismo con la comunidad; dicho de otra forma, no todo barrio constituye –ni automática ni necesariamente– una comunidad.

Nos parece pertinente una mención relativa a otros tipos de comunidad, como cierre de este principio, porque además del territorio (y sus ramificaciones), en nuestros días podemos pensar los orígenes de la comunidad desde tres dimensiones adicionales, una virtual⁷⁹, otra vincular y una tercera que se genera desde procesos relacionados con la identidad. Es decir

⁷⁹ Véanse algunos textos clásicos y fundantes de Manuel Castells: La trilogía de la Era de la Información (1996), Comunicación y Poder (2009) y Redes de Indignación y Esperanza (2012). Otros dos textos que versan específicamente sobre la participación *online* son Madupu, Vivek y Delonia Cooley. 2010. «Antecedents and Consequences of Online Brand Community Participation: A Conceptual Framework». *Journal of Internet Commerce*, n.º 9: 127-147 y Bae Brandtzæg, Petter. y Jan Heim. 2009. «Explaining Participation in Online Communities». En *Handbook of research on socio-technical design and social networking systems*, edited by Brian Whitworth and Aldo de Moor Whitworth. Hershey, Pennsylvania, USA: IGI Global. Por supuesto, también el texto de Rossana Reguillo denominado Paisajes insurrectos: Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio.

que a la comunidad forjada a partir del arraigo territorial, le sumamos aquellas que nacen en los espacios virtuales, aquellas que se constituyen a partir de los vínculos⁸⁰ y, finalmente, las que se forman como resultado de procesos de identidad⁸¹ e identificación.

En la actualidad, como vimos en el noveno capítulo a partir de la experiencia de Dyann Román, los procesos de comunicación participativa y comunicación estratégica han debido adaptarse a las condiciones de virtualidad propias de la pandemia, aunque esto difiere del trabajo directo en y con las comunidades en su base local.

2.7 El interés por la transformación social

Algunas perspectivas de la así llamada comunicación popular o comunitaria, desde sus orígenes, han sostenido que hacemos investigación, que ejercemos la profesión para que las cosas cambien. Teniendo, como hemos indicado, como una de sus fuentes epistémicas y ontológicas, la perspectiva de la teología de la liberación de Paulo Freire (2019, 107), para quien la palabra es a la vez reflexión y acción «no hay palabra verdadera que no sea praxis». Y para quien la educación debe ser problematizadora de la realidad y las realidades sociales. Bien nos graficó el gran pedagogo brasileño los niveles en que la reflexión y la acción caminan juntas y cómo y cuánto se resiente una sin la otra, para él la reflexión sin acción es palabrería, verborrea... y la acción sin reflexión es activismo.

Recordemos la doble dimensión de *resistencia* que nos ofrece Ana Cristina Suzina en el capítulo que inaugura este libro, resistencia epistémica y práctica: es la búsqueda de la coherencia entre teoría y práctica, entre el pensamiento y el hacer, más específicamente, otro pensar para otro hacer; un pensar y un hacer transformador.

Pensemos también que en líneas más cercanas a la psicología, ya en la primera y en la segunda ola de la Escuela de Frankfurt (antes criticada por Ana Cristina Suzina), teníamos una impronta de una academia que no piensa apenas por-para-sobre sí misma, sino que especialmente se propone reflexionar para accionar, para transformar la realidad, poner el conocimiento al servicio del cambio.

⁸⁰ Entendemos por esto lo que en el séptimo capítulo Márcio Simeone y Laura Pimenta denominan «territorio simbólico de vida en común».

⁸¹ Referimos a movimientos de identidad que recorrieron el mundo, como *Black Life Matter*.

Según Obregón (2011 citado en Martínez-Heredia y Téllez-Balcázar 2013, 97), «la comunicación para el cambio social se ha posicionado como una propuesta que pretende centrar la atención en el rol movilizador y empoderador de la comunicación».

En ese sentido, concordamos con la propuesta antes citada, venida de Rosario Argentina, con la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE) desarrollada por Sandra Massoni y sus colegas. La CEE entiende a la comunicación «como cambio social conversacional que aporta horizontes de mayor complejidad» (Massoni 2007, 23). Para Massoni (2011), como para Baldissera y da Silva (2022), las organizaciones son entes vivientes, en constante movimiento. Este planteamiento nos regresa a la idea de operar desde lo situacional, lo emergente, el proceso.

El plantemiento es un constante leer y releer la realidad, un continuo diagnóstico, una permanente construcción con los actores que hacen parte del proceso, formulación de estrategias que armonizan los cambios y que se ajustan una y otra vez en el andar hacia el futuro deseado y definido colectivamente (Forero y Gutiérrez 2021, 141).

Así la comunicación comunitaria, inserta en el campo de la comunicación social y en diálogo permanente con otras áreas disciplinares, ha encontrado en la transformación social, tanto su sur⁸² como uno de sus desafíos más permanentes —como queda claro en el texto de Maureen Rodríguez—.

Esta transformación tiene metas clarísimas: la justicia social, el resguardo y la potenciación de la vida y la dignidad humanas, el bienestar. La justicia social implica asegurar en primera instancia las condiciones mínimas de subsistencia a las masas de personas que en el mundo enfrentan el hambre y la pobreza, el subempleo, el desempleo o la precarización laboral, lo que en resumen Abilio (2017) ha denominado: la *uberización del trabajo*; especialmente, en un contexto de desigualdad abrumadoramente creciente. Contexto que nos obligó a acuñar términos como megarricos, superricos o milmillonarios⁸³.

⁸⁰ Como indiqué anteriormente, acogiendo las propuestas que cuestionan la geopolítica del conocimiento, en este texto me refiero al sur de la forma en la que tradicionalmente hemos nombrado el norte: como ruta a seguir, como objetivo, como ideal.

La meta relacionada con el resguardo y la potenciación de la vida supone las luchas emprendidas por los diversos movimientos sociales y organizaciones que defienden los pueblos originarios, sus territorios y prácticas, los cuerpos de las personas ecologistas, de las mujeres, de las personas integrantes de la comunidad LGTBIQ+. Aglutinan los diversos colectivos, grupos y ciudadanía que defiende los derechos humanos. El bienestar sirve como categoría para reivindicar lo básico e ir más allá: la vida, la tierra, el agua, la alimentación, la salud y la educación; pero también el accionar la comunicación en procura de asegurar el acceso a recursos económicos y socioculturales, a bienes como la libertad de expresión y el uso de la propia voz para nombrar el mundo.

En esta perspectiva de la transformación social, sobresale una ontología en la que el sujeto no es más aquel receptor pasivo diseñado en las clásicas teorías matemáticas de la comunicación (Shannon y Weaver a finales de la década de 1940 en Estados Unidos) o el paciente imaginado por la comunicación desarrollista (una década después, en 1950).

La persona (y los colectivos) que provoca la transformación social es pensante, reflexiva, autocrítica y crítica, capaz de cuestionar las estrategias ideológicas y los aparatos del Estado (y del mercado), para enfrentarlas con creatividad, imaginación y alegría, solidariamente; en la búsqueda del bien-estar.

La búsqueda de la transformación social requiere entonces un compromiso que suele apoyarse en la educación y la formación. Por ello, los procesos de educación popular estuvieron a la base de esta perspectiva latinoamericana y, hasta nuestros días la formación (en procesos de educación participativos, comunitarios e informales) es uno de los ámbitos de labor de la comunicación comunitaria, como quedó ampliamente en evidencia en el texto de la Dra. Noemí Gómez Gómez y su caracterización de la intervención socioeducativa en el contexto de las comunidades eclesiales de base en Lomas de Polanco, siendo el primero de los ámbitos formativos que describe la autora.

Parece posible indicar que la transformación social requiere de una educación también transformadora, claros e históricos ejemplos los encontramos en México con el Movimiento

⁸³ Durante la pandemia, como sabemos, las fortunas de Jeff Bezos (creador de Amazon), Elon Musk (dueño de Tesla), Bill Gates (fundador de Microsoft), Larry Ellison (fundador de Oracle), Bernard Arnault (propietario del grupo de artículos de lujo LVMH), se duplicaron según OXFAM (2022). La organización afirma que estos súper ricos sumaron a sus fortunas US\$15 000 por segundo durante los dos años pandémicos de 2020 y 2021. Véase <https://www.france24.com/es/econom%C3%ADa-y-tecnolog%C3%ADa/20220117-oxfam-millonarios-pobreza-pandemia-desigualdad>

Zapatista y en Brasil con el Movimiento de los Trabajadores Rurales sin Tierra (MST).

Para cerrar este capítulo y con él este libro, podemos decir que todas estas maneras de hacer comunicación (popular, alternativa, participativa, ciudadana, para la transformación social y comunitaria), a pesar de sus especificidades y distancias, comparten una marca de origen latinoamericana que, desde la década de 1960, propone epistemologías, teorías, metodologías, técnicas y prácticas que cuestionan el sistema sociopolítico-económico imperante, trabajando como han indicado Márcio Simeone y Laura Pimenta en, desde, para y con las organizaciones sociales, las mujeres, los pueblos originarios, los movimientos populares y sociales, la ciudadanía, la comunidad LGTBQ+, las personas afrodescendientes, con el objetivo último de la protección y dignificación de la vida.

Aunque la comunicación comunitaria parte de esas claves trazadas desde sus inicios, ha apostado por su reinención permanente. Permaneciendo fiel a sus raíces político-ideológicas, ha acompañado los cambios culturales, tecnológicos, productivos, socioeconómicos y subjetivos de las últimas décadas; ha buscado en sus teorías y prácticas prestar atención a las complejidades con las que los modelos y patrones viejos y nuevos chocan y se articulan, para proponer, para crear, para sentir y pensar-haciendo.

Referencias bibliográficas

Abilio, Ludmila Costhek. 2017. «Uberização do trabalho: subsunção real da viração». *Blog Boitempo*. <https://blogdaboitempo.com.br/2017/02/22/uberizacao-do-trabalho-subsuncao-real-da-viracao/>

Ahmed, Sara. 2014. *The Cultural Politics of emotion*. Edinburgh: University Press.

Álvarez-Henao, Diana M. y Yubinza E. González Uribe. 2014. «Presupuesto participativo, liderazgo comunitario y participación comunitaria, ejes articuladores para el desarrollo social: revisión documental». *Revista Colombiana de Ciencias Sociales* 5, n.º1: 99-121.

Anzaldúa, Gloria. 1999. *Borderlands. La Frontera*. San Francisco: Aunt Lute Books.

- Araya-Jiménez, Lisbeth. 2016. «Cooperativas cafetaleras costarricenses: características de la comunicación con sus asociados y asociadas». Tesis de maestría. Universidad de Costa Rica. <https://hdl.handle.net/10669/87652>
- 2018. «¿Confiar sin vigilar? Un estudio cuantitativo de la participación en las organizaciones cooperativas de café en Costa Rica». Ponencia en Memorias XV Congreso de la Asociación de Investigadores de la Comunicación, ALAIC. San José, Costa Rica, 30 julio-1 agosto. <https://bit.ly/3529iCM>
- 2021. «Intereses y requisitos de la participación en organizaciones cooperativas cafetaleras costarricenses». *ORGANICOM* 18, n.º 25: 15-31. <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/174550>
- Araya-Jiménez, Lisbeth y Claudia Labarca-Encina. 2022. «Confianza y cooperación en el crisol de la gestión organizacional contemporánea». En *Comunicación en contextos sociorganizativos: aportes teórico-metodológicos* organizado por Lissette Marroquín-Velásquez, 46-63. San José: CICOM, UCR. <https://bit.ly/3VuqLNw>
- Araya-Jiménez, Lisbeth y Nicole Sanchotene. 2022. «Autenticidade e felicidade: tensões entre dois imperativos culturais contemporâneos». *INTERCOM: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação* 45. <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/3762>.
- Baldissera, Rudimar y da Silva, Magno Vieira. 2022. «El discurso organizacional y su poder para instituir concepciones del mundo en la sociedad». En *Comunicación en contextos sociorganizativos: aportes teórico-metodológicos* organizado por Lissette Marroquín-Velásquez 05-16. San José: CICOM, UCR. <https://bit.ly/3VuqLNw>
- Barranquero, Alejandro y Chiara Sáez Baeza. 2012. «Teoría crítica de la comunicación alternativa para el cambio social. El legado de Paulo Freire y Antonio Gramsci en el diálogo Norte-Sur». *Razón y Palabra*, n.º80. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524426004>

- Beltrán, Luis Ramiro. 2005. «Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años». Discurso de inauguración de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo organizada por el Instituto para América Latina (IPAL) en Lima, Perú, entre el 23 y el 26 de febrero de 1993 <http://www.bantaba.ehu.es/sociedad/scont/com/txts/beltran1/>
- Butler, Judith. 2005. *Giving an account of Oneself*. New York: Fordham University Press.
- Cembranos Fernando y José Ángel Medina. 2006. *Grupos Inteligentes: Teoría y Práctica del trabajo en equipo*. Madrid: Editorial Popular.
- Ceraso, Cecilia. 2020. «Los colectivos de comunicación en Colombia: Ríos subterráneos que oxigenan la cultura y la ciudadanía». En *Sentidos locales: Reflexiones sobre colectivos de comunicación en Colombia* editado por John Sánchez Castiblanco y Lorena Castillo Turbay, 44-57. https://conectacultura.co/sites/default/files/2021-11/Sentidos%20Locales-reflexiones%20sobre%20colectivos%20de%20comunicacion%20en%20Colombia-2019_compressed.pdf
- Debord, Guy. 1997. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto
- Esposito, Roberto. 2007. «Nihilismo e comunidade». En *O retorno da comunidade: Os novos caminhos do social* organizado por Raquel Paiva, 15-30. Rio de Janeiro: Mauad X.
- 2009. *Comunidad, inmunidad y biopolítica*. España: Herder Editorial
- 2012. *Communitas: Origen y destino de la comunidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- 2019. *Immunitas: Protección y negación de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Fasano, Patricia. 2016. «Comunicación comunitaria en/ desde la Universidad». *Tram[p]as de la comunicación y la Cultura*, n.º 78, 77-92.

- Forero Hurtado, Andrea del Pilar y Olga Beatriz Gutiérrez-Tobar. 2021. «Organizaciones más Humanas. La Comunicación estratégica en las organizaciones, un diálogo entre la teoría y la práctica». *Razón y Palabra* 25, n.º110. <https://doi.org/10.26807/rp.v25i110.1748>
- Freire, Paulo. 2019. *Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Freud, Sigmund. 1921. *Psicología de las masas y análisis del yo*. In: Obras completas. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1979.
- Galindo-Cáceres, Jesús. 2016. «Ingeniería en comunicación social de los colectivos sociales: Apunte de un modelo de acción en comunicación social estratégica. La experiencia del comunitlán, colectivo de colectivos sociales». En La cohesión y la articulación social retos de las ciudadanía y organizaciones del siglo XXI Aportes de la Nueva Teoría Estratégica en modelos, metodologías y buenas prácticas compilado por Rúben Canella y Horacio Gegunde, 33-66. Colombia: FISEC. https://www.cienciared.com.ar/ra/user/9/243/fisecbogota_2015libro_.pdf
- Garrido, Samuel. 2013. «El cooperativismo agroalimentario en perspectiva histórica: ¿Por qué no todos los agricultores cooperan?». *Mediterráneo económico* 24: 19-32.
- Giroux, H. Armand 2015. «Selfie culture in the age of corporate and state surveillance». *Third Text* 29, n.º 3: 155-164.
- Huertas-Hernández, Olga. 2005. «La participación en una cooperativa rural de ahorro y crédito: un análisis desde la cultura organizacional». *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 55: 97-121.
- Laval, Christian y Pierre Dardot. 2015. *Común*. Barcelona: Gedisa.
- Nancy, Jean-Luc. 2008. *La comunidad inoperante*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.

- Marques Ângela y Luís Martino. 2020. *No caos da convivência: ideias práticas sobre a arte de lidar com os outros*. Petrópolis: Vozes.
- Martín-Baró, Ignacio. 1989. «El grupo humano». En Sistema, grupo y poder. Psicología social desde Centroamérica II Ignacio Martín-Baró, 189-227. El Salvador: Ed. UCA.
- Massoni, Sandra. 2007. *Estrategias: Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Argentina: Rosario. Homo Sapiens Ediciones.
- Massoni, Sandra. 2011. *Comunicación Estratégica: comunicación para la innovación*. Argentina: Rosario. Homo Sapiens Ediciones.
- Mata, María Cristina. 2011. Comunicación Popular: Continuidades, transformaciones y desafíos. *Revista Oficios Terrestres*, 1 n.º 26: 01-22.
- Mignolo, Walter. 2000. «La colonialidad a lo largo y ancho: el hemisferio occidental en el horizonte colonial de la modernidad». En La colonialidad del saber eurocentrismo y Ciencias Sociales: perspectivas latinoamericanas compilado por Edgardo Lander, 34-52. Buenos Aires: Claxon y UNESCO.
- Mignolo, Walter. 2010. *Desobediencia epistémica. Retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad*. Argentina: Ediciones del Signo.
- Montero, Maritza. 2004. *Introducción a la psicología comunitaria. Desarrollo, conceptos y procesos*. Buenos Aires: Paidós
- Morin, Edgar. 2015. *Introdução ao pensamento complexo*. Porto alegre: Sulina.
- Paiva, Raquel. org. 2007. *O retorno da comunidade: Os novos caminhos do social*. Rio de Janeiro: Mauad X.

- Peruzzo, Cicilia. M. K. 1993. «Relaciones Públicas y Cambio Social». *Revista CHASQUI* 46: 111-114. <http://hdl.handle.net/10469/14321>.
- 2009. «Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor». *Revista ECO-Pós* 12, n.º 2: 46-61. https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/viewFile/947/887.
- 2013. «Comunicação nos movimentos sociais: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos. Contemporânea». *Revista Comunicação e Cultura* 11, n.º 01: 138-158.
- 2016. *Relações Públicas no modo de produção capitalista*. São Paulo: Summus.
- Quijano, Anibal. 2000. «Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina». En *La colonialidad del saber eurocentrismo y Ciencias Sociales: perspectivas latinoamericanas* compilado por Edgardo Lander, 122-151. Buenos Aires: Claxon y UNESCO.
- Rodiles Casamayor, Aymeé Yanira y Margarita Viel Fajardo. 2015. «Comunicación Universitaria. Pautas para su gestión desde el contexto de la Educación Superior Cubana». *Razón y Palabra*, n.º 92: 1-29. <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/97/pdf>
- Santos, de Sousa, Boaventura. 2006. *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social (encuentros en Buenos Aires)*. <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/santos/Capitulo%20I.pdf>
- Sodré, Muniz. 2007. «Prefacio». En *O retorno da comunidade: Os novos caminhos do social* organizado por Raquel Paiva, 07-11. Rio de Janeiro: Mauad X.
- Tarizzo, Davide. 2007. «Filósofos em comunidade: Nancy, Esposito, Agamben». En *O retorno da comunidade: Os novos caminhos do social* organizado por Raquel Paiva, 31-62. Rio de Janeiro: Mauad X.

Tacussel, Patrick. 1998. «Comunidade e sociedade: a partilha intersubjetiva do sentido». *Geraes - Revista de Comunicação Social*, n.º 49: 3-12.

Valim, Ana. 2020. *A comunicação popular na construção e preservação da memória das lutas populares no Brasil (décadas de 1970 e 1980)*. São Paulo: Núcleo Piratininga de Comunicação.

Semblanza de las personas autoras

Ana Cristina Suzina (Brasil-Inglaterra)

La Dra. Ana Cristina Suzina es actualmente becaria Leverhulme Early Career en el Instituto de Medios e Industrias Creativas de la Universidad de Loughborough, Londres, después de servir un año como Becaria del Doctoral Prize, una beca muy prestigiosa para la cual la universidad selecciona y apoya a investigadores altamente calificados en la etapa temprana de su carrera para impulsar su desarrollo profesional. Su investigación actual analiza iniciativas mediáticas en comunidades indígenas de Brasil y Ecuador, estudiando la imaginación y la voz política. Es también parte de un proyecto de reconocimiento y análisis del legado del educador Paulo Freire en el campo de la comunicación, desarrollo y cambio social. Sus intereses de investigación incluyen el cambio social, las asimetrías de poder, la apropiación de los medios, la participación en la democracia, el desarrollo de la sociedad civil, la comunicación popular, alternativa y comunitaria, particularmente enfocada en las sociedades latinoamericanas. La Dra. Suzina es una prolífica investigadora, editora y escritora, y conferencista sobre comunicaciones en varios países. Ha publicado y coordinado publicaciones en inglés, español, portugués y francés. También se ha ofrecido como voluntaria con organizaciones brasileñas y latinoamericanas para capacitar a jóvenes comunicadores motivados para promover causas, mediante la organización de seminarios, la producción de manuales y la planificación de campañas. Durante alrededor de 15 años, la Dra. Suzina también trabajó como especialista en comunicación para el cambio social, principalmente en los campos de los derechos del niño y la conservación de la naturaleza.

Cicilia Khroling Peruzzo (Brasil)

Es doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de São Paulo, pos-doctora de la Universidad Nacional Autónoma de México. Realizó su maestría en Comunicación Social en la Universidad Metodista también de São Paulo y su licenciatura en Comunicación Social en la Universidad Anhembi. Es docente y autora de una amplísima cantidad de artículos, charlas, conferencias y libros, a quien debemos además la existencia de la perspectiva de Relaciones Públicas Comunitarias. Es investigadora en las líneas de comunicación popular, comunitaria, alternativa y medios locales, además de relaciones públicas en la perspectiva crítica y de los movimientos sociales. Fue coordinadora del Grupo de Trabajo Comunicación y Culturas Populares (INTERCOM), del Grupo de Trabajo Comunicación Popular Comunitaria y Ciudadana de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), del Grupo

de Trabajo Comunicación y Ciudadanía (ABRAPCORP). Del Grupo de Trabajo Comunicación y Ciudadanía de la Asociación Brasileña de Programas de Posgrado en Comunicación (COMPÓS) y del Grupo De Investigación Comunicación, Responsabilidad Social y Ciudadanía. Actualmente coordina el núcleo de estudios de comunicación comunitaria y local (COMUNI).

Thays Helena Silva Teixeira (Brasil-Argentina)

Es doctora en Estudios de Medios por el Programa de Posgrado en Estudios de Medios de la Universidad Federal de Río Grande del Norte (UFRN), con pasantía en la Universidad Autónoma de Barcelona (UBA). Posee Maestría en Comunicación y licenciatura en Comunicación Social, ambas por la Universidad Federal de Piauí (UFPI). Desarrolla investigaciones en las áreas de metodología y epistemología de la comunicación, con vertientes para la comprensión de una racionalidad para la ciudadanía comunicativa y uso de dispositivos digitales para la producción y organización de contenidos periodísticos de comunicación en salud. Es miembro del Laboratorio de Investigación y Estudios en Comunicación Comunitaria y Salud Colectiva -LAPECCOS/UFRN- (<http://lapeccos.wordpress.com/>). Participa de la Red Temática Latinoamericana en Ciudadanía, Comunicación y Metodologías Transformadoras (Red AMLAT). Actualmente reside en La Pampa Argentina donde participa como co-directora del Proyecto de Extensión en Intervención en Comunicación y Salud Colectiva (Universidad Nacional de La Pampa - UNLPam).

Elba Noemi Gómez Gómez (México)

Es doctora en Estudios Científico-Sociales en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), posee una Maestría en Investigación en Ciencias de la Educación en el Departamento de Estudios en Educación, Universidad de Guadalajara, y una Licenciatura en Psicología en la Universidad de Guadalajara. Es coordinadora del proyecto de investigación "El desarrollo de la capacidad de agencia y la reconfiguración emocional en adictos en proceso de 'rehabilitación'. Hacia una propuesta de prevención". Es docente e investigadora en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), Departamento de Psicología, Educación y Salud. Sus producciones académicas en libros y artículos versan sobre la (im)migración, el género y las emociones; la ecología política y los grupos vulnerables; ha desarrollado sus trabajos especialmente en las líneas de investigación: Emociones Colectivas y Cambio Social.

Laura Nayara Pimenta (Brasil)

Es Doctora en Comunicación y Sociabilidad por el Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad Federal de Minas Gerais y Máster por la misma institución. Es investigadora del grupo de investigación MOVILIZA y sus intereses de investigación se ubican en las áreas de: comunicación pública, diseños institucionales, movilización social, opinión pública, políticas públicas, interacciones educación y arte. Integra también el equipo del proyecto de investigación llamado “El desarrollo de software y los imaginarios en torno a mundos digitales. Aportes a la comprensión de controversias y pugnas en el marco de sistemas sociotécnicos de las tecnologías de la información y la comunicación” coordinado por la profesora Susana Morales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, en Argentina. Es ciudadana activamente actuante en los diversos foros participativos de Bello Horizonte, luchando por las causas de los derechos de las niñas, niños y adolescentes; por los derechos de la juventud, por el derecho a vivienda y con los movimientos sociales ligados a las poblaciones que protegen el campo, el bosque y las aguas, entre otras. Actualmente actúa como Supervisora de Educación en el Instituto Inhotim, integrando el equipo de Educación Transversal.

Márcio Simeone Henriques (Brasil)

Es doctor en Comunicación Social por la Universidad Federal de Minas Gerais con posdoctorado en la Universidad Nova de Lisboa, Portugal. Máster en Educación por la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ). Bachiller en Comunicación Social (Relaciones Públicas) por la Universidad Federal de Minas Gerais. En la UFMG es profesor asociado del Departamento de Comunicación Social e integrante del cuerpo docente permanente del Programa de Posgrado en Comunicación Social en la línea denominada Procesos Comunicativos y Prácticas Sociales. Actúa en el área de Relaciones Públicas y planeamiento de la comunicación con los siguientes temas de investigación: procesos comunicativos de formación y movimiento de los públicos, opinión pública y procesos de influencia los públicos en la comunicación organizacional. Es líder del grupo de investigación en Comunicación Movilización Social y Opinión Pública llamado MOVILIZA. Es investigador asociado y vicecoordinador del grupo de investigación en Comunicación en el Contexto Organizacional: aspectos teóricos conceptuales DIALORG (PUC-MG).

João Paulo Malerba (Brasil)

Es doctor en Comunicación y Cultura por la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ), y bachiller por la misma institución, habiendo realizado una parte de su investigación doctoral en la University of Westminster (Londres, Reino Unido). Realizó su pasantía de postdoctorado junior sobre los nuevos límites de la comunicación comunitaria en la Escuela de Comunicación de la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ), supervisado por el profesor Muniz Sodré y apoyado por el CNPq. Es vicecoordinador del Grupo de Trabajo de Comunicación y Ciudadanía de la COMPÓS e investigador del Laboratorio de Estudios en Comunicación Comunitaria (LECC/UFRJ). Actuó como investigador-doctor en el Núcleo de Radio y TV (NRTV/UFRJ) y Actualmente integra el Consejo Curador de la Radio UFRJ. Es miembro de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC Brasil) y colaborador de CRIAR Brasil. Imparte cursos, conferencias y clases de formación en Radioperiodismo, Producción para medios sonoros, Comunicación Comunitaria y Teorías de la Comunicación. Es profesor en la Universidad Federal de Juiz de Fora, en la Facultad de Comunicación, departamento de Métodos Aplicados y Prácticas de Laboratorio.

Maureen Rodríguez Cruz (Costa Rica)

Licenciada en Comunicación con énfasis en Relaciones Públicas, Máster en Comunicación y Desarrollo del Posgrado de Comunicación, ambas de la Universidad de Costa Rica. Comunicadora de la Unidad de Comunicación de la Vicerrectoría de Acción Social de la Universidad de Costa Rica.

Dyann Román Pérez (Costa Rica)

Es periodista y relacionista pública con una licenciatura en Comunicación Estratégica de la Universidad de Costa Rica. Ha trabajado en distintas áreas como la comunicación intercultural, digital y con diversos actores del tercer sector como los movimientos sociales las organizaciones no gubernamentales. Actualmente trabaja en procesos de comunicación para el desarrollo para personas migrantes en Mesoamérica y el Caribe.

Lisbeth Araya Jiménez (Costa Rica)

Es Doctora en Comunicación y Cultura por la Universidad Federal de Rio de Janeiro (URFJ), Brasil; Máster en Comunicación y Desarrollo por la UCR (graduada con honores de ambos procesos). Licenciada en Psicología por la UCR. Formada en el Instituto Costarricense de Psicodrama (ICOPSI). Es docente en la Escuela de Comunicación (ECCC) y en el Programa de Posgrado en Comunicación (PPC). Investiga en el Centro de Investigaciones en Comunicación (CICOM) y en el Instituto de Investigación en Educación (INIE). Ha coordinado proyectos e investigaciones en el sector cooperativo costarricense desde el 2004. Pertenece a la Red Nacional de Investigadores en el Estudio Socio-Cultural de las Emociones (RENISCE) en México (UNAM-ITESO). Sus publicaciones y ponencias versan sobre el cooperativismo, la comunicación como derecho, la comunicación para la salud, así como reflexiones sobre las prácticas pedagógicas y los procesos de investigación en la ECCC y en la Facultad de Ciencias Sociales-UCR; comunicación y género y más recientemente se ha introducido en el estudio de las emociones, específicamente de la felicidad instrumental en las organizaciones sociales.

Común