

# Una reflexión sobre los medios ciudadanos: esferas públicas, movilizadores de identidades y contraidentidades de los sujetos políticos en Colombia

Reflection about the citizen's media: public sphere, mobilizing identities and no-identities of the Colombian politic subject

Luis Ricardo Navarro Díaz  
rnavarrod@hotmail.com  
Universidad Autónoma del Caribe

## RESUMEN

*El siguiente artículo de revisión apuesta por sustentar la concepción de medios ciudadanos a partir tanto de las propuestas teóricas de la investigadora colombiana Clemencia Rodríguez, así como de los postulados de la politóloga contemporánea, la belga, Chantal Mouffe. El documento desarrolla las características propias de los medios ciudadanos de comunicación y su diferencia con otro tipo de denominaciones (medios comunitarios, medios alternativos, entre otros); por último, relaciona el tipo de narración que producen estos medios con comunidades afectadas por la violencia.*

**Palabras clave:** medio ciudadano, comunicación para el cambio social, ciudadanía y narración.

## ABSTRACT

*The following review article is committed to support the concept of citizen media both from the theoretical to the Colombian researcher Clemencia Rodríguez, as well as the tenets of contemporary political scientist, the Belgian Chantal Mouffe. The document develops the characteristics of citizen media communication and its difference from other denominations (community media, alternative media, among others) and, finally, relates the type of story that produce these resources with communities affected by violence.*

**Key words:** citizen media, communication for social change, citizenship and narration.

## Introducción

Las ideas que a continuación se presentan nacen de una propuesta editorial recientemente publicada, cuyo título *Entre esferas públicas y ciudadanías* (Navarro, 2010), invita la revisión de dos categorías específicas. El texto expone un acercamiento teórico a la comunicación para el cambio social; sin embargo, son varias las categorías que el libro cita, pero cuyo trabajo de profundización queda pendiente y hace parte de una gran estructura teórica que su autor pretende construir con el paso de los años, con el objetivo de estimar una aproximación conceptual a la comunicación para el cambio social. Ante tal situación, y por considerarse como un concepto central para la comunidad académica de la comunicación que busca transformación, a través del trabajo directo con la comunidad, este artículo en particular se aventura por pensar los medios ciudadanos a partir de las reflexiones ya consideradas por la profesora colombiana Clemencia Rodríguez, y que a su vez se convierten en el principal pretexto de las siguientes líneas.

Por otra parte, en la región Caribe colombiana actualmente son pocas las publicaciones que abordan reflexiones sobre las metodologías de los ideales de los denominados medios ciudadanos; lo que se ofrece en los siguientes párrafos es apenas una mirada conceptual sobre dichos medios. Es importante que los nuevos comunicadores puedan concebir, pensar e implementar estrategias de comunicación para el cambio social

tomando otros referentes, distintos a los tradicionales para pensar su quehacer. Como lo afirma Alonso Gumucio (2004), se requiere de sensibilidad y compromiso para apoyar el proceso de cambio social en los países empobrecidos, que sólo tienen su identidad cultural como fuerza.

Ahora bien, en los 90's el acercamiento teórico definía los medios alternativos por lo que no eran, más que por lo que eran. Se decía que mientras los grandes medios, los medios masivos comerciales eran verticales, los medios alternativos eran horizontales. Si los grandes medios eran hegemónicos, los medios alternativos eran contestatarios, es decir, siempre el referente eran los medios masivos. Sin embargo, en la pasada octava conferencia Our Media 2009 realizada en Rionegro-Antioquia, una red global que desde lo local se ha convertido en un movimiento que propugna y presiona para ampliar los sujetos, los espacios, los temas / problemas, el pensamiento y las prácticas de la comunicación, y que reunió entre otros exponentes de la comunicación para el cambio social a Juan Salazar (Australia), Thomas Tufte (Dinamarca), Mario Murillo (New York), Jair Vega (Colombia), Clemencia Rodríguez y Rafael Obregón (Ohio-EEUU), se recogieron más de 45 formas de nombrar este tipo de medios, entre las cuales cito las siguientes: medios comunitarios, medios alterativos, marginales participativos, de contra-información, paralelos, populares, libres, disidentes, de resistencia, piratas, clandestinos, autónomos, jóvenes, entre otras (Ferron, 2006).

El presente artículo apuesta por la nominación, medios ciudadanos, categoría que se intentará sustentar en las siguientes páginas. En resumen, la pretensión de este documento consiste en conceptualizar y exponer algunas características teóricas desde las cuales sea posible pensar académicamente los medios ciudadanos. Sin embargo, se parte de la base que la comunicación para el cambio social y todas las posibles narraciones que se puedan ofrecer desde los medios ciudadanos, no se pueden limitar a una elaboración solamente desde y dentro de la torre de marfil de la academia. Es necesario el contacto, la alteridad, las relaciones de intersubjetividad entre los diferentes actores. En este sentido, el reconocimiento político entre los seres humanos está dado por su posibilidad de relación y aceptación de la diversidad en todas sus dimensiones. Sin embargo, si bien es cierto que la comunicación se hace en el terreno, también es cierto que cada vez más es necesario continuar la construcción conceptual; es una tarea pendiente e inmediata generar esos marcos teóricos propios, y fortalecer los que ya existen, con el fin de proponer discursos más amplios que sustenten los procesos comunicativos de producción y recepción de los lenguajes.

En este orden de ideas, se ofrece en este artículo una estructura compuesta por cuatro fragmentos a través de los cuales se desarrollaran aproximaciones conceptuales a los medios ciudadanos. En primer lugar, se ubica dentro del contexto general de la comunicación para el cambio social

la categoría de medios ciudadanos; en ese espacio, el proceso de argumentación se elabora teniendo en cuenta categorías como empoderamiento, esfera pública, ciudadanía y participación, vitales para proponer en los segmentos posteriores una reflexión teórica sobre este tipo de medios; en un segundo momento, se expondrán algunas características generales de los medios ciudadanos y cómo a través de ellos es posible encontrar espacios reales para construir, desde la comunicación y sus lenguajes, sujetos-actores-sociales ciudadanos-políticos. En tercer lugar, se demuestra la tesis cuyo núcleo apunta a concebir los procesos de comunicación que se dan en los medios ciudadanos como procesos de narración constructores de actores sociales propiamente políticos; dicho en un lenguaje cotidiano, asumir con mayor importancia los procesos comunicativos de producción de sentidos y relaciones, y no tanto los resultados, indicadores o productos finales técnicamente concebidos. En cuarto y último lugar, se aborda el papel que los medios ciudadanos pueden tener en comunidades afectadas por la violencia, y cómo desde ellos se proponen otras lógicas del reconocimiento y de las dinámicas de la cotidianidad entre los diferentes sujetos.

### **Un contexto teórico de la comunicación para los medios ciudadanos**

Pensar los medios ciudadanos exige en primera instancia concebir la posibilidad de que los medios se conviertan en na-

rradores de las historias de los sujetos, todo a partir de un marco de pluralidad y diversidad asumido por los actores del tejido social. Estas condiciones pueden ser sustentadas desde los postulados del paradigma crítico de la comunicación, en donde los procesos de argumentación con miras a consensos y a disensos se asumen como cotidianos. El paradigma crítico de la comunicación se postula como la base de toda esta propuesta, y como tal tiene como objetivos transformar, liberar, emancipar al ser humano de los postulados del positivismo, del funcionalismo y de las relaciones de dominación que genera el sistema dominante de la comunicación. Ahora bien, en coherencia con esta idea, y desde el mismo paradigma crítico, la comunicación se concibe como un ejercicio básicamente de interlocución y permanente construcción de sentidos a través de los cuales es posible establecer una comprensión de las relaciones sociales. Es así como:

El paradigma crítico de la comunicación no supondría una escisión entre el pensar y el actuar de los sujetos; tampoco una división entre objeto y sujeto sin la pertinencia de la intersubjetividad. Básicamente el paradigma crítico de la comunicación es inherente a la praxis, a la interacción social, a la construcción de sentido (Navarro, 2008. p. 330).

Así pues, los medios ciudadanos se asumen, entonces, como pilares sobre los cuales se hace posible producir una comunicación que apunta al cambio, a la

transformación, procesos dados a través de la argumentación, el diálogo y el reconocimiento del otro, aunque sea ese otro un sujeto probablemente absolutamente diferente a los otros sujetos. Con esto, se persigue el tránsito de una comunicación comprendida desde el funcionalismo a una comunicación para el cambio social, que otorga una resignificación a los sujetos como actores protagónicos de la misma. El paradigma crítico denuncia la sociedad instrumentalizada, la sociedad del sujeto masificado, meramente consumista propuesta por los postulados de la modernización y los medios masivos. Tal como lo asegura Herbert Marcuse,

En esta sociedad, el aparato productivo tiende hacerse totalitario en el grado en que determina, no sólo las ocupaciones, aptitudes y actitudes socialmente necesarias, sino también las necesidades y aspiraciones individuales. De este modo borra la oposición entre la existencia privada y pública, entre las necesidades individuales y sociales. La tecnología sirve para instituir formas de control social y de cohesión social más efectivas y más agradables. La tendencia totalitaria de estos controles parece afirmarse en otro sentido además: extendiéndose a las zonas del mundo menos desarrolladas e incluso preindustriales, y creando similitudes en el desarrollo del capitalismo y el comunismo (1954).

De manera consecuente a la propuesta de Marcuse, E. Torrico (2004), en su esfuerzo

por esquematizar los abordajes y períodos de la teoría de la comunicación, manifiesta que la Escuela de Frankfurt recogió la tradición dialéctica-crítica con la fundamentación explícita del pensamiento negativo y, asimismo, puso a funcionar las categorías del materialismo histórico para el análisis de los procesos culturales. En este punto, se encuentra la conexión con los estudios de la comunicación, que en concordancia con Jürgen Habermas (1981), se propuso relanzar el sentido emancipatorio de la razón para completar el proyecto de la modernidad iniciado con la ilustración, en donde la comunicación resulta central por cuanto constituye la base para un deseado entendimiento universal. Por eso, los medios ciudadanos insertados y pensados en este tipo de comunicación, se definen como medios que producen mensajes desde la acción humana del comprender críticamente las dinámicas sociales para transformar o pensar la realidad; esta idea en palabras del académico colombiano Carlos Vasco (1990), supone concebir en este artículo los medios ciudadanos a partir de criterios emancipatorios, liberadores y transformadores de la sociedad. De la misma forma lo asume Luis Garay en su texto *Ciudadanía, lo público y democracia*:

En tal sentido la permanente construcción/deconstrucción de lo público y lo privado en un mundo moderno reflexivo, el desarrollo de la ciudadanía y de la sociedad civil en un contexto de civilidad de tolerancia y solidaridad, y la democratización incluyente

y deliberativa de la vida social en todas y cada una de las instancias de deliberación acción constituyen en su conjunto un único e inseparable proceso de cambio-transformación de la sociedad (2001, p. 50).

En este contexto, el paradigma crítico emerge como el espacio para entender, no sólo la profundidad y complejidad de la comunicación para el cambio social, sino las prácticas y el concepto de los medios ciudadanos. Clemencia Rodríguez (2008a) presenta los medios ciudadanos como aquellos facilitadores de procesos donde los individuos o sujetos pasivos se transforman en ciudadanos o sujetos activos de lo político y lo público. Para que este proceso se lleve a cabo, es necesario que esté ligado a dinámicas de empoderamiento. Ahora bien, muchos textos se ocupan de definir esta categoría, pero pocos ahondan sobre sus condiciones. La siguiente definición de empoderamiento se puede reseñar como pertinente para la sustentación de la tesis de este documento:

el proceso por el cual las personas, las organizaciones o los grupos carentes de poder (a) toman consciencias de las dinámicas de poder que operan en su contexto vital (b) desarrollan las habilidades y la capacidad necesaria para lograr un control razonable sobre sus vidas (c) ejercitan ese control sin infringir en los derechos de otros y (d) apoyan el empoderamiento de otros en la comunidad" (Rowlands, 2006).

Es precisamente la generación del proceso descrito en la cita anterior, lo que se pretende sea la principal condición de interacción producida en y por los medios ciudadanos. No sólo se empoderan los que trabajan en el medio, los que producen los mensajes o lo que participan en el proceso de transmisión. También se empodera la comunidad asumiendo una recepción activa y si se quiere participativa. Gita Sen (1995) en su artículo El empoderamiento como un enfoque a la pobreza, explica el empoderamiento primero y antes que nada, con el poder, cambiando las relaciones de poder a favor de aquellos que con autoridad tenían escasa autoridad sobre sus propias vidas. Esto implica que el empoderamiento es raramente un proceso neutral, pues exige un cambio en las relaciones de poder a favor de los que tienen menos poder. Por su parte, Sylvia Chant, aborda el empoderamiento a partir de algunas características que ella considera fundamentales:

- 1) la idea de que el empoderamiento es un proceso, más que una condición final, 2) que el empoderamiento no puede "otorgarse" sino que debe provenir "de adentro", 3) que el empoderamiento comprende diferentes dimensiones y funciona en diferentes escalas (la personal, la interpersonal, la colectiva, la local, la global), y 4) que la "medición" del empoderamiento exige herramientas que sean sensibles a las percepciones de las propias personas en las bases, y a los significados de empoderamiento en

diferentes contextos culturales (Chant, 2003, p.16).

En consecuencia, el empoderamiento ciudadano puede darse en un contexto social que asuma las relaciones entre sus actores sociales en lo que ya los griegos asumían como esfera pública. El medio ciudadano al cumplir todas estas características es en sí mismo un ejemplo de esfera pública. Un medio ciudadano concebido como esfera pública desarrolla sus procesos de producción comunicativa en el marco del reconocimiento entre los sujetos, el cual determina sus relaciones e interacciones. Asimismo, en el marco de lo público se comprende al otro como igual y diferente, simultáneamente. “Se estima que esta relación es constitutiva de la subjetividad: uno se convierte en sujeto individual sólo en virtud de reconocer a otro sujeto y ser reconocido por él” (Fraser, 2003, p. 20). En este sentido, lo que los medios ciudadanos terminan constituyendo son sujetos políticos, todo ello dado a través de los procesos de reconocimiento y mediante dinámicas de presentación de argumentos y contraargumentos, de identidades y contraidentidades, de hegemonías y contrahegemonías. El arquitecto y filósofo colombiano Carlos Yory sustenta al respecto:

“ser ciudadano” supone, hoy en día, actuar como sujetos políticos; esto es, de manera deliberativa, pro-activa e, incluso, contestataria, y no simplemente consultiva; razón por la cual, el desarrollo de uno u otro proyecto de ciudadanía da cuenta del propio nivel de desarrollo de una u otra democracia

en el marco de la modernización de su aparato político (2005, p. 243).

La tesis anterior supone concebir la comunicación pública como aquella competencia y circulación de sentidos que la sociedad reconoce y tramita en su agenda, es decir, la comunicación es movilización social. “No hay nada más público que la comunicación, circunstancia que nos permite señalar que la comunicación es poner en común sentidos en su natural dimensión social” (Botero, 2007). Así los medios ciudadanos, tienen por finalidad poner en marcha procesos de concertación social para la movilización, en donde también son incluidos como factibles los disensos reconocidos; se trata de poner en común, y a través de ello reconstruir el tejido social. Con Jürgen Habermas en *The Public Sphere* (1989) la esfera pública, presentada en este artículo como un pilar conceptual fundamental para pensar la categoría de medio ciudadano se postula como aquel lugar en el que “los ciudadanos actúan como público cuando se ocupan de los temas de interés general sin ser coaccionados; con eso se garantiza que puedan coordinarse y reunirse libremente, y, al mismo tiempo expresar y hacer públicas sus opiniones también libremente”.

### **Algunas características de los medios ciudadanos. Una mirada hacia la posibilidad de construir ciudadanías políticas**

Los medios ciudadanos se diferencian de los medios comunitarios ante todo por el

tipo de proceso que tienen los mensajes contruidos en ellos. En este sentido, no todo medio comunitario es un medio ciudadano, es decir, es posible que en un medio sus agendas sean impuestas desde la Junta de Acción Comunal o desde una alcaldía local, o desde un proyecto de un edil o de la misma iglesia presente en el sector. En este caso, es factible que gran parte de la agenda temática de los sujetos pertenecientes a la comunidad en cuestión, no sean tenidos en cuenta, debido a que la agenda está postulada y elaborada a partir de un estamento jerárquico de tipo religioso, político o comunitario.

Ahora bien, para que un medio sea ciudadano, las relaciones de poder se proponen a través de otra perspectiva, es decir, no son las relaciones de verticalidad tipo arriba/abajo, gobernantes/ gobernados, sino de horizontalidad tipo alter-ego, sujeto-sujeto, ellos-nosotros en donde existen permanentes procesos de reconocimiento de los distintos interlocutores como sujetos válidos para la discusión o la narración, aunque la posición que se ofrezca pueda ser completamente diferente y opuesta entre dichos sujetos. Sin embargo, vale aclarar que en los medios ciudadanos la concepción de narración no sólo es dada desde el punto de vista racional-argumentativo. Tal como lo expone Rincón,

Narrar es sorprender, generar incertidumbre, buscar la seducción. Narrar desde los personajes, las cámaras, la estructura dramática, la vida convertida en historias. - Lo ciudadano implica

más riesgo y experimento estético para poder apostarle a la espontaneidad social y al directo político. - Contar a la gente y sus vidas, convertirlas en personajes, intentar que cada ciudadano sea un productor de mensajes, un rostro posible, una historia viable. - El tono del humor es necesario para que la comunicación nos haga sonreír, pero con inteligencia, pues se genera identificación cultural desde lo irónico, lo sarcástico, la irreverencia. - Hay que descubrir esa capacidad de innovación que existe en lo joven, en sus voces, estéticas, historias. Hay que crear más en perspectiva del joven real, no del joven mercado comercial de tevé. - El fragmento es el modo de narrar porque así es la vida, llena de diversidad temporal, flujo de momentos aburridos con experiencias sublimes, intentos de sentido con ganancias afectivas. El fragmento nos permite conectarnos y encontrarnos en medio de la flexibilidad y el flujo de lo efímero (p. 8).

Por todo lo anterior, se postula, entonces, en este documento que la característica primordial de un medio ciudadano esté dada por los procesos de empoderamiento que sus sujetos puedan adquirir en el terreno para contar sus historias, narrar sus comunidades y producir mediáticamente lo que para la comunidad es importante. Las agendas de un medio ciudadano no son extrañas a la comunidad a la que pertenece, lo que trae como consecuencia, por ejemplo, que a través de una cámara la gente exteriorice procesos fascinantes

y complejos, que nada tienen que ver con los medios masivos.

Por su parte, las tecnologías de la información del mundo de hoy son herramientas que presionan, seducen, incitan a quienes la usan, a emprender procesos de creación. Esto es posible que se dé en el contexto de un medio ciudadano, pero debe quedar claro y subrayado que los medios ciudadanos no se definen, ni mucho menos se limitan, por su posibilidad tecnológica e instrumental. De hecho, el tipo de sujeto que se construye a través de la interacción generada por los medios ciudadanos no es el de un sujeto meramente técnico, o simplemente formal. En esta dimensión, la ciudadanía tampoco es un concepto técnico, en la medida en que no es simplemente formal o legal; ahora bien, la resignificación de la ciudadanía se logra mediante la identificación de sus formas de narrar y de darle sentido al mundo; con ello, es posible también concebir una resemantización de lo mediático. Según Rosa María Alfaro en un artículo publicado en *Antología de la comunicación para el cambio social* (2008, p. 930), asegura "no hay un solo modelo o prototipo de ciudadano de primera desde el que habría que juzgar a cada poblador. Más bien se trata de admitir que hay procesos diferentes de acercamiento a la ciudadanía, con rutas de desarrollo a veces poco previstas." La propuesta apunta a no asumir la ciudadanía, simplemente, como un estatus que otorga o suprime un estado central. Esta tesis se puede corroborar con la siguiente cita del texto *Pluralismo cultural, democracia y ciudadanía*:

El concepto de ciudadanía remite al de identidad, es posible considerar que la construcción de ciudadanía debe darse: en el nivel político (expresado en la práctica política), en el de las condiciones económicas; el status de ciudadano se adquiere a través de complejos procesos de socialización que inculcan en las personas el sentido de pertenencia a la sociedad. En las sociedades modernas la ciudadanía subyace a las demás identidades y permite manejar los conflictos que pueden surgir entre quienes profesan distintas ideologías porque ayuda a cultivar la virtud política de conciliación responsable de los interés en conflicto (Sánchez, 2002, p. 1-9).

De manera contraria, el tipo de ciudadanía que proponen los medios ciudadanos es totalmente diferente. Desde las propuestas de la politóloga belga Chantal Mouffe, se propone cambiar el significado del término ciudadanía y de ciudadanos. Se propone que ciudadanía no se conciba como un término formal y legal, sino que sea determinado por la experiencia. El ciudadano no es un sujeto político porque se le haya definido como tal (derechos, deberes, privilegios), sino como una persona localizada en un lugar específico, en donde son muy importantes las relaciones dadas en la cotidianidad, es decir, relaciones ancladas al lugar, a lo local, o sea en la familia, los amigos, vecinos, trabajo, iglesia, a partir de las cuales es posible extraer lo simbólico. Con base en una crítica de la concepción liberal de

democracia, Mouffe propone replantear el concepto de ciudadanía, y la invitación la hace de la siguiente manera:

Sentimos la necesidad de recuperar una idea de ciudadanía que contenga una visión activa del ciudadano, pues la ciudadanía no puede seguir limitada, como en la concepción liberal, a un estatuto legal, a una situación pasiva o a la posesión de derechos ejercidos a instancias del Estado. La ciudadanía, es en realidad el ejercicio mismo de la democracia, y esto implica la participación en una comunidad política, la acción a partir de una perspectiva común, no como individuo aislado (Mouffe, 1997, p. 14-15).

La anterior reflexión de Mouffe apunta a considerar la construcción de un ethos democrático que tenga que ver con la movilización de pasiones y sentimientos, con la multiplicación de prácticas, instituciones y juegos del lenguaje que provean la condición de posibilidad de los sujetos democráticos y formas democráticas de voluntad. En coherencia con este planteamiento, Mouffe apunta que una comunidad política moderna no puede ya pensarse en torno a una única idea de bien común, es decir, la redefinición y la reactivación de una idea de ciudadanía no puede darse a costa del sacrificio de la libertad individual. “En consecuencia, mientras la política apunte a la construcción de una comunidad política y a crear una unidad, será irrealizable una comunidad política completamente inclusiva,

y una unidad final, pues siempre habrá un exterior constitutivo, algo externo a la comunidad y que la hace posible” (1993, p. 101).

Se trata, entonces, que por primera vez, los tímidos lenguajes propios, aquellos que se usan para lo familiar y lo privado, participen en la arena de lo público, de los lenguajes y el discurso. En ese sentido, los medios ciudadanos se convierten en el mejor ejemplo de lo que Hannah Arendt en su obra *La Condición Humana* de 1958 denomina esfera pública. Sin embargo, la historia de la formación de la esfera pública moderna es también la historia de las exclusiones de aquellos sectores asociados a lo popular, lo inferior y lo marginal (Bonilla, 2002 p.86). Ahora bien, las relaciones de poder dadas en estos contextos, son las que precisamente permiten a las personas jalonar a su comunidad social y su entorno natural hacia la visión del futuro que tienen en mente. Esto implica que el ciudadano, o la ciudadana es la persona que cada día genera poder en medio de sus relaciones cotidianas, y usa este poder para ir transformando su comunidad poco a poco, para ir haciendo que su comunidad se parezca más y más a su visión de futuro, a la utopía. *La comunicación para el cambio social* supone condiciones de igualdad, reciprocidad y apertura. En ella la participación está abierta a todo aquel que desee expresarse. Así pues, el sujeto de este tipo de comunicación se define como un ciudadano político capaz de expresarse, ser escuchado y

escuchar. En este sentido, comunicar es construir red, tejido social, interacción e interconexión.

A su vez, los medios que utilizan *la comunicación para el cambio social* en la producción y recepción de las narraciones, los relatos, las historias no sólo se legitiman en la medida en que sus procesos sean deliberativos y llevados a cabo ante una ciudadanía de corte propiamente político. También se legitiman cuando los seres humanos “somos vistos y escuchados” (Arendt, 1958, p. 66) cuando a través de la comunicación ponemos en común, cuando somos reconocidos como portadores de identidades hegemónicas expresadas a otras identidades hegemónicas en la esfera pública. Esta idea es coherente con la expuesta por Jesús Martín Barbero (2002), cuando afirma que el sujeto que comunica lo que está haciendo es “poner en común”, es decir, “no tanto llegar a un acuerdo o discutir y llegar al consenso, como hacer común precisamente lo que tenemos en común, así sea el desacuerdo” (Alcázar & Villamizar, 2006, p. 379). Precisamente el lugar, el espacio de legitimación de esas identidades en la *comunicación para el cambio social* son, entre otros espacios, los medios ciudadanos. En coherencia con el concepto de ciudadanía propuesta en párrafos anteriores, es posible asegurar que estos medios están determinados por la experiencia de los seres humanos de ser vistos y oídos, y de no ser reconocidos simplemente como sujetos formales y legales de un sistema social determinado.

## Un medio ciudadano se define por el tipo de procesos que utiliza y mantiene

Es imposible pensar en sustentar el concepto de medios ciudadanos sin hacer referencia a la profesora colombiana Clemencia Rodríguez. La investigadora los define “como aquellos medios que facilitan procesos de apropiación simbólica, procesos de re-codificación del entorno, de re-codificación del propio ser, es decir, procesos de constitución de identidades fuertemente arraigadas en lo local, desde donde proponer visiones de futuro sostenibles, enredadas con lo global” (Rodríguez, 2008, p. 12). Como se nota en la cita, lo más importante en los medios ciudadanos es el proceso, la interacción entre distintos sujetos, la diversidad de posiciones, de ideologías, de religiones, de posturas políticas. A su vez, el empoderamiento por parte de los actores comunitarios no es otra cosa que la toma del poder ciudadano de las agendas, de las formas de producir, de las formas de interpretar, de las formas de nombrar y significar el mundo. En este sentido, los medios ciudadanos “son entendidos como aquellos que las comunidades están utilizando para apropiarse de herramientas tecnológicas que permiten reconstituir lo simbólico, herramientas a usar para nombrar al mundo en sus propios términos y con sus propios lenguajes” (Rodríguez, 2001, 2007). De manera complementaria al discurso de la profesora Rodríguez, es posible exponer algunas apuestas en este artículo a

través de algunas implicaciones que se proponen en el momento de pensar qué es un medio ciudadano. Así, un medio ciudadano implica:

- Tener la oportunidad de crear las propias imágenes de sí mismo y del entorno.
- Poder recodificar la propia identidad con signos y códigos elegidos por uno mismo, irrumpiendo así en la aceptación pasiva de identidades impuestas por sujetos externos. La radio, el video, la televisión, o la fotografía son medios que sirven para reproducir signos, códigos, imágenes y sonidos capaces de contar la realidad en términos propios.
- Convertirse en el relator de la propia historia y recobrar así la voz propia.
- Reconstruir el autorretrato de la comunidad y sus culturas.
- Explorar las posibilidades semánticas infinitas del propio cuerpo, del propio rostro, para crear expresiones faciales (una nueva codificación del rostro) y lenguajes no verbales (una nueva codificación del cuerpo) nunca antes vistos.
- Sacar los lenguajes propios de su escondite habitual, para ponerlos en la esfera pública y ver cómo se comportan, cómo derrotan otros lenguajes, o cómo son derrotados por ellos.

Ya en abril de 2003, la profesora Amparo Cadavid en una ponencia socializada en Bogotá, describe tres características que todo medio ciudadano debe tener. En

primer lugar debe cumplir una función de cambio y transformación social desde las necesidades, expectativas e intereses de la gente, organizada en grupos desde la base social. Como segunda característica, los medios ciudadanos están bajo el control de esos grupos y personas en una estructura democrática y participativa. Y por último, este tipo de medios ejercen definitivamente, entre otras, una función de control social con total independencia.

## El papel de los medios ciudadanos en comunidades afectadas por la violencia

Pensados así, los medios ciudadanos son necesarios y pertinentes en comunidades y poblaciones que han vivido intensas experiencias de caos, incertidumbre y terror colectivo. Desde sus dinámicas transformadoras de producción, y sustentados desde el paradigma crítico de las ciencias sociales, son capaces de romper redes de significados, expropiar nuevos lenguajes, nuevos símbolos y ser utilizados para darle diversos sentidos la vida cotidiana.

Todos estos procesos de producción comunicativa al interior de las comunidades en conflicto generan vínculos de solidaridad, sentido colectivo y confianza entre los actores sociales. Sus mensajes movilizan comunidades probablemente silenciadas, restablecen la interacción, recuperan la posibilidad de lo público. En este orden de ideas, los medios ciudadanos funcionan como espacios comu-



nicativos que favorecen la fermentación de identidades y posiciones de poder. En otras palabras, los medios ciudadanos tejen procesos transformativos que alteran el sentido que tienen las personas de sí mismas, sus posicionamientos subjetivos y, por consiguiente, su acceso al poder.

En resumen, entre las funciones concretas de los medios ciudadanos se encuentra invitar a la comunidad a que asuma el rol de ciudadanía, al intervenir y transformar activamente el panorama mediático ya establecido. De manera adicional, estos medios desafían los códigos sociales, las identidades legitimadas y las relaciones sociales institucionalizadas con el argumento de ser propuestas desde la serialización, la cosificación, la homogeneización y la instrumentalidad de los seres humanos. Por último, los medios ciudadanos tienen por tarea dinamizar otras formas de poder entre los sujetos de la comunidad involucrada, en la medida en que estas transformaciones y cambios sean posibles. El objetivo de este tipo de propuesta no es la construcción de una esfera pública homogénea y racional, sino más bien de una esfera pública fragmentada, multicultural, radical, conflictual en donde los verbos rectores sean interactuar, reconocer y discutir; la esfera pública concebida de esta manera es el encuentro entre identidades colectivas dadas en relación. *La comunicación para el cambio social* es la encargada a través de los medios ciudadanos (Rodríguez, 2008b) de llevar estas voces y esas identidades a la esfera pública, es la encargada de satisfacer la

necesidad comunicativa de las democracias participativas. En palabras de Jesús Martín-Barbero “la comunicación será alternativa en la medida en que asuma la complejidad de esos procesos: si junto al lenguaje del medio se investigan también los códigos de percepción y reconocimiento, los dispositivos de enunciación de lo popular, códigos y dispositivos en los que se materializan y expresan, confundidos ya, la memoria popular y el imaginario de masa” (2002, p.120).

Así, los medios ciudadanos como productores de comunicación ciudadana, a través del arte, el folklor, las costumbres, la recuperación de la oralidad, el teatro, el arte y la producción cultural, pueden contribuir a reparar lo que la violencia armada destruye con su impacto devastador en la vida cotidiana de una población civil. La comunicación es una gestora de producción política de los seres humanos en la medida en que sea capaz de proponer otros esquemas de sentido distintos a los del autoritarismo, totalitarismo e instrumentalismo. Por esta razón, los medios ciudadanos tienen como función generar espacios comunicativos propuestos para ser utilizados para mediar e interactuar. No se trata que a partir de ellos se dicte una directriz, un dogma de comportamiento o una receta para resolver conflictos. En lugar de eso, y desde la comunicación misma, se trata que sus mensajes sean mediadores de sentido. En último término, los medios ciudadanos son espacios, esferas públicas para mediar e interactuar, para reconocer y re-significar.

En un primer momento la comunicación implica el ‘reconocimiento del otro como diferente’, es decir, como ‘interlocutor válido’. Sólo quien reconoce esto sigue interesado en la comunicación con los demás, dado que considera que puede aprender de ellos. Este es el punto de partida de toda ética: el reconocimiento del otro como diferente (Hoyos, 2010, p. 13).

El mismo Guillermo Hoyos (2010, p. 13), complementa esta idea al asegurar que es necesario insistir en que comprender a otro, o a otra cultura, no nos obliga a estar de acuerdo con lo que se comprende y menos aun con el que busca ser comprendido. Los únicos acuerdos que se buscan son aquellos que proceden precisamente de procesos de comprensión. El momento de la comprensión es de ‘apertura’ a otros puntos de vista, a otras épocas y a otras culturas. Por ello la comunicación, antes de buscar ‘verdades’ o puntos de vista comunes, se interesa por las diferencias, por lo nuevo, por lo otro. Es en este marco, donde el presente documento propone concebir los medios ciudadanos. Una síntesis de varias de sus características más importantes, se pueden enunciar a continuación a partir de algunas recomendaciones relacionadas por varios investigadores colombianos:

- Evitar que las personas sean simplemente objetos del cambio, convirtiendo más bien a las personas y comunidades en agentes de su propio cambio.

- Evitar sólo diseñar, probar y emitir mensajes y apoyar el diálogo y el debate alrededor de los puntos clave.
- Evitar la simple transmisión de información por parte de expertos técnicos y colocar esa información en un contexto de diálogo y debate.
- Evitar el énfasis en comportamientos individuales y colocarlo en las normas sociales, las políticas la cultura y el ambiente propicio para el cambio.
- Evitar sólo persuadir a las personas para que hagan algo e impulsarlas a negociar el avance a través de procesos, asociaciones y alianzas.
- Evitar que expertos técnicos de agencias “externas” dominen y guíen el proceso y lograr que las personas afec-

tadas por los problemas desempeñen un papel más importante” (Rodríguez, Obregón & Vega, 2002, p. 25).

A manera de conclusión, y basándome ahora en la propuesta que Omar Rincón hace en la introducción del libro *Ya no es posible el silencio*, es plausible concluir con algunas ideas concretas. En primer lugar que la comunicación debe responder ante todo a las necesidades ciudadanas que según Rincón (2007, p. 6) son: demanda de entretenimiento (es el reino de la comunicación); demanda de expresión (necesidad de hacerse visible desde la propia estética y voz; esa necesidad por nuestras fábulas y relatos); demanda colectivista (necesidad de perder el individuo

para ganar el ciudadano y lo colectivo); y demanda de identidad (necesidad de encontrar un lugar narrativo, estético y político para lo que uno es y lo que produce y lo que imagina). En este orden de ideas, y en segundo lugar, son los medios ciudadanos los llamados a responder por la satisfacción de estas condiciones, todo con el fin de expresar y reconocer nuevas y distintas subjetivades. Por último, estos medios tienen como tareas reconstruir lo público, proponer nuevas formas de vida, nuevas formas de ciudadanía, nuevas identidades, nuevas demandas, nuevas formas de sentir y de pensar, nuevas formas de expresar, nuevas formas de narrar, nuevas estéticas, en pocas palabras, nuevas formas de comunicar.

## Referencias

- Alcázar, P. & Villamizar, C. (2006). Barranquilla: En busca de las agendas perdidas. *Revista investigación y desarrollo*, 14, 372-389.
- Alfaro, R. (2008). *Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas*. En: R. Alfaro (Ed.), *Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones* (pp. 922-932). New Jersey-South Orange: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Arendt, H. (1955). *Los orígenes del totalitarismo*. Madrid: Taurus.
- Arendt, H. (1958). *La condición humana*. Barcelona: Paidós.
- Bayuelo, S., Cadavid, A., Durán, O., González, A., Tamayo, C. & Vega, J. (2008). *Lo que le Vamos quitando a la guerra: Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*. En: C. Rodríguez [Ed.]. Bogotá: Friedrich Ebert Stiftung.
- Bonilla, J. (2002). ¿De la plaza pública a los medios? *Revista Signo y Pensamiento*, 41.
- Botero, L (2007). *Teoría de públicos: lo público y los privado en la perspectiva de la comunicación*. Medellín: Universidad de Medellín.
- Cadavid, A., García, M., González, A., Martínez, M., Ramírez, N. & Saffon, M., et al. (2007). *Ya no es posible el silencio: Textos, experiencias y procesos de comunicación ciudadana*. En: Centro de competencia en comunicación para América Latina (ed.). Bogotá: Friedrich Ebert Stiftung.
- Cadavid, A. (2003). *Comunicación y Medios Ciudadanos*. Ponencia presentada en el Foro de Medios Comunitarios organizado por el Instituto de Cultura y Turismo y del Departamento de Acción comunal. Bogotá, abril 24.

- Chant, S. (2003). *Nuevas contribuciones al análisis de la pobreza: desafíos metodológicos y conceptuales para entender la pobreza desde una perspectiva de género*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Fraser, N. & Honneth, A. (2003) *¿Redistribución o reconocimiento?* Madrid: Paideia.
- Ferron, Benjamin. 2006. Les médias alternatifs: “Contre-culture” ou “sous-culture”? Les luttes de (dé-) légitimation de la communication contestataire à travers l’étude de publications académiques et militantes. Unpublished paper.
- Gumucio, A. y Tufte, T. (2008). *Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas*. New Jersey-South Orange: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Gumucio, A. (2004). El cuarto Mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Revista Investigación y Desarrollo*, 12, 2-23.
- Gumucio, A. (2001). *Haciendo olas: Historias de comunicación participativa para el cambio social*. New York, NY: Fundación Rockefeller.
- Habermas, J. (1992). *La Esfera Pública*. Massachussets: Dmit Press
- Habermas, J. (1981). *Teoría de la Acción Comunicativa I*, Madrid: Tauros.
- Habermas, J. (1962). *Historia y Crítica de la Opinión Pública: la transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Habermas, J. (1968). *Conocimiento e Interés. Ciencia y técnica como ideología*. Madrid: Tecnos.
- Hoyos, G. (2010). Estado de opinión: información, comunicación y lenguaje públicos. Lección Inaugural de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana. (Bogotá, Colombia, 4 de febrero de 2010.). *Revista Signo y pensamiento*. Disponible en: <http://recursostic.javeriana.edu.co/cyl/syp/images/stories/hoyos%20-%20estado%20de%20opinion.pdf>
- Laclau, E. & Mouffe, Ch. (1985). *Hegemonía y estrategia socialista: hacia una radicalización de la democracia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Marcuse, H. (1954). *El hombre unidimensional: ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Barcelona: Ariel.
- MacBride, S. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Martín Barbero, J. (2002). *El Oficio de Cartógrafo*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Mouffe, Ch. (1993). *El retorno de lo político: Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*. Barcelona: piados.
- Mouffe, Ch (1994). La democracia radical. ¿Moderna o posmoderna? *Revista Foro*, 24, 13-23
- Mouffe, Ch (1997). *Liberalismo, pluralismo y ciudadanía democrática*. México D.F: Instituto de investigaciones científicas de la UNAM. Extraído el 10 de mayo, 2008, de: <http://www.bibliojuridica.org/libros/libro.htm?l=488>
- Navarro, L. (2010). Entre esferas públicas y ciudadanías: las teorías de Arendt, Habermas y Mouffe aplicadas a la comunicación para el cambio social. Barranquilla: ediciones uninorte.
- Navarro, L. (2010). El hacer y el decir como acciones propias de la libertad humana. Una mirada a la comunicación para el cambio social desde el pensamiento de Hannah Arendt. *Revista Folios*, Universidad de Antioquia.
- Navarro, L. (2009). Una mirada desde la comunicación y la posibilidad crítica del ser humano. *Revista de Desarrollo Indoamericano*. Universidad Simón Bolívar.
- Navarro, L. (2008). Aproximación a la comunicación social desde el paradigma crítico: Una mirada a la comunicación afirmadora de la diferencia. *Revista Investigación y Desarrollo*, 16. Universidad del Norte. Disponible electrónicamente: [http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/invest\\_desarrollo/16-2/9\\_Aproximacion%20a%20la%20comunicacion.pdf](http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/invest_desarrollo/16-2/9_Aproximacion%20a%20la%20comunicacion.pdf)

- Rincón, O. (2007). Ya no es posible el silencio. En: O. Rincón (Ed.), *La fórmula de la comunicación ciudadana: +ciudadanía+narración+activismo* (pp.5-14). Bogotá: centro de competencia en Comunicación para América Latina.
- Rowlands, Jo (15/02/2006). *Empoderamiento a examen*. Publicación electrónica: Development in Practice. Volumen 5 (Tema 2). Extraído el 17 de septiembre, 2009 de: <http://www.gobernabilidad.cl/modules.php?name=News&file=article&sid=809>
- Rodríguez, C. & Murphy, P. (1998). *El estudio de las comunicaciones y cultura en América Latina. Del retraso y opresión a la resistencia y las culturas híbridas*. Documento traducido por el profesor Kart Boehemer. Escuela de Periodismo. Diversidad ARCIS. Chile.
- Rodríguez, C. (2001). *Fissures in the Mediascape. An International Study of Citizens' Media*. Creskill, NJ: Hampton Press.
- Rodríguez, C., Obregón R. & Vega, J. (2002). *Estrategias de comunicación para el cambio social*. Quito: Fundación Friedrich-Ebert-Stiftung Proyecto Latinoamericano de Comunicación.
- Rodríguez, C. (2008) Lo que le vamos quitando a la guerra. En: C. Rodríguez (Ed.), *Introducción* (pp. 9-14). Bogotá: Centro de competencia en comunicación para América Latina.
- Rodríguez, C. (2008b) Lo que le vamos quitando a la guerra. En: C. Rodríguez (Ed.), *Alas para tu voz: Ejercicios de ciudadanía desde una emisora comunitaria del piedemonte amazónico* (pp. 68-140). Bogotá: Centro recompetencia en Comunicación para América Latina.
- Rodríguez, C. (2006). Tres lecciones aprendidas de los medios ciudadanos y comunitarios en Colombia. Ponencia presentada en el Encuentro Nacional de medios Ciudadanos Organizado por el Ministerio de Cultura. Bogotá, julio 11-14.
- Rodríguez, C. (2003). Ciudadanos mediáticos y la voz del ángel-poeta. *Revista Signo y Pensamiento* 42.
- Rodríguez, C., Obregón R. & Vega, J. (2002). *Estrategias de comunicación para el cambio social*. Quito: Fundación Friedrich-Ebert-Stiftung-Proyecto Latinoamericano de Comunicación.
- Rowlands, Jo (2006). *Empoderamiento a examen*. Publicación electrónica: Development in Practice. Volumen 5 (Tema 2). Marzo 25 de 2010. Tomado de: <http://www.developmentinpractice.org/readers/spanish-readers/yDiversidadSocial/rowlands.htm>
- Sánchez, A. (2007). Gestión social, sujeto y participación: El espacio público como escenario de constitución del sujeto político. En: Carlos M. Yory (ed.). *Espacio público y formación de ciudadanía* (pp. 45-74). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Sánchez, R. (2002). Pluralismo cultural, democracia y ciudadanía. Extraído el 20 de octubre de 2009 de: [http://www.terra.com.co/elecciones\\_2002/centro\\_de\\_documentacion/democraciayciudadania.doc](http://www.terra.com.co/elecciones_2002/centro_de_documentacion/democraciayciudadania.doc)
- Sen, G. (1995). National Development and Local Environmental Action: the Case of the River Narmada. En: Bhaskar, V. y Glyn, A. (ed.), *The North, the South and the Environment Ecological Constraints and the Global Economy*. Eartscan: United Nations University Press.
- Torrico, E. (2004). *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Grupo editorial Norma. Bogotá.
- Vega, J. (2006). Cuentos ciudadanos: Desarrollo de competencias ciudadanas y reconstrucción de imaginarios de ciudad y ciudadanía, a través del periodismo escolar. *Revista Investigación y Desarrollo*, 14, 330-351.
- Yory, C. (2005). Ciudad, ciudadanía y espacio público: oportunidades y desafíos para la constitución de un nuevo contrato social basado en la realización de pactos sociales incluyentes y pluralistas en torno a la intervención apropiación ciudadana del espacio público. *Revista Palimpsestos*, 240-249, Universidad Nacional de Colombia. Extraído el 20 de octubre de 2009, de: <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/palimpsestvs/article/viewFile/8078/8722>