

Medios Comunitarios en Bogotá. Indignación en tiempos de cólera

Community Media in Bogotá. Outrage in times anger

■ **Ava Gómez Daza y Juan Ramos Martín**

Universidad de Salamanca (España)

DOI: <http://dx.doi.org/10.15304/ricd.1.2.2668>

Resumen

Tras el anuncio del proceso de destitución del alcalde de Bogotá, Gustavo Petro, se produjeron importantes movilizaciones en la capital colombiana que ayudaron a cuestionar y finalmente paralizar el proceso de su exclusión política. Este trabajo busca esclarecer cuál fue el papel de los medios comunitarios durante los procesos de movilización ciudadana que se produjeron después de la destitución y cuáles fueron las motivaciones de su acción comunicativa. Para ello se ha tomado una muestra de medios comunitarios que aparecen registrados en la Red Comunitaria de Medios de Bogotá. Se ha realizado un cuestionario en torno a esta temática, que se ha aplicado a los directores de los medios seleccionados. A partir del recopilatorio de sus respuestas se pretende obtener pistas sobre cómo ha sido su comportamiento de cara a las manifestaciones y las motivaciones del mismo.

Abstract

After the announcement of removal process of Bogotá's Mayor Gustavo Petro, there were significant protests in the Colombian capital that helped to question and ultimately paralyze the process of his political exclusion. This paper aims to clarify what was the role of community media during the processes of citizen mobilization that occurred after the destitution and what were the motivations of their communicative action. For it has been taken a sample of community media that are recorded in the Community Media Network of Bogotá. Then, has been made a questionnaire about this subject, which has been applied to the directors of the selected media. From the compilation of their responses is to obtain clues about how was their behavior and motivations during this protests.

Palabras clave

Medios comunitarios, sociedad en movimiento, Bogotá, Petro, microrresistencias

Keywords

Community media, moving society, Bogotá, Petro, micro-resistances



Sumario

1. Introducción. Petro, la destitución y los medios comunitarios
 - 1.1. Los Medios Comunitarios y su participación en movimientos sociales colectivos
2. Marco legal de los medios comunitarios
 - 2.1. Nivel nacional
 - 2.2. Nivel distrital Bogotá
3. Marco teórico: ¿qué se espera de los medios comunitarios?
4. Metodología
5. Ruptura de la cotidianidad. Análisis político de un instante
 - 5.1. ¿Quiénes son los medios?
 - 5.2. ¿Cómo se sienten los medios?
 - 5.3. ¿Por qué se mueven los medios?
6. Conclusiones

Contents

1. Introduction. Petro, his remotion and the role of community media
 - 1.1. Community media and social movements
2. Legal framework for community media
 - 2.1. National framework
 - 2.2. Local framework
3. Theoretical Framework: What to expect of community media?
4. Methodology
5. Breakdown of everyday life. Political analysis of a moment
 - 5.1. Who are the media?
 - 5.2. How the media feel?
 - 5.3. Why the media get moving?
6. Conclusions

1. INTRODUCCIÓN. PETRO, LA DESTITUCIÓN Y LOS MEDIOS COMUNITARIOS

Si La alcaldía de Bogotá ha sido gobernada durante los últimos tres periodos por la izquierda, específicamente por militantes del Partido Polo Democrático Alternativo: los dos primeros a través de Luis Eduardo Garzón (2004-2008) y Samuel Moreno (2008-2011), este último destituido por el conocido 'Carrusel de la Contratación', escándalo de corrupción en los procesos de contratación de obras públicas en la ciudad, que sería denunciado por su entonces copartidario Gustavo Petro, hoy perteneciente al llamado 'Movimiento Progresistas', con el que conseguiría la alcaldía de Bogotá en 2011.

Petro, disidente del Polo Democrático, fue parte del movimiento guerrillero M-19. Durante la presidencia de Virgilio Barco, como integrante de este movimiento, participó en el primer proceso de negociación con un grupo guerrillero que resultaría exitoso en Colombia. Después de esto, dejaría las armas para incorporarse al mundo de la política. A pesar de que su pertenencia a este grupo armado suscitó críticas desde la oposición, sin embargo, ha logrado acceder al segundo cargo político más importante de Colombia.

Su andadura en la alcaldía de Bogotá no ha sido lo halagüeña que se quisiera. Petro fue destituido recientemente por el Procurador Alejandro Ordóñez (quien también fuera el artífice de la destitución del predecesor de Samuel Moreno), debido al mal manejo del proceso de cambio de empresa concesionaria de las basuras, un proceso de destitución que todavía no ha prosperado.

Esta destitución se produjo en un momento crucial, no sólo de la política nacional, sino de la política regional latinoamericana. Una etapa que refleja el cambio de las élites políticas tradicionales por nuevos movimientos y líderes pertenecientes a la llamada 'izquierda progresista'. Actores que han apostado por un cambio en la orientación de sus políticas públicas, poniendo especial atención en el fomento y mejora de las condiciones de vida de las clases marginales.

La destitución burocrática del alcalde ele-

gido democráticamente coincide con un clima de tensión política en el país, cuando el presidente Santos negocia la paz con las FARC. Ya es un hecho que el actual presidente va a seguir los pasos de su antecesor, con un proceso reeleccionista. Un proceso en el que un acuerdo con el grupo guerrillero dispararía su popularidad entre sectores progresistas del electorado, lo cual desencadenaría la posibilidad de volver a la jefatura del ejecutivo colombiano. No en vano, Santos ha dado sobradas muestras de adaptación: sin demasiadas mutaciones en lo ideológico, pasó de abanderar la esencia del Uribismo¹ a ser representante de una nueva derecha, esforzada en mostrar mayor talante y sintonía con los intereses de la Administración Obama. Al otro lado quedaron, encasillados en el extremismo, los sectores de la derecha terrateniente, vinculada al paramilitarismo, que aglutina Álvaro Uribe.

En este marco, Gustavo Petro, al frente de la alcaldía de Bogotá, representa los valores de los sectores progresistas urbanos y ha aumentado su popularidad, tanto a nivel nacional como internacional.² Petro ha logrado marcar un perfil propio en el mapa político colombiano, lo que ha hecho de él un político de interés de cara a las elecciones presidenciales de 2018. Algo que se podría impedir, mediante los 15 años de inhabilitación que pide el Procurador Alejandro Ordóñez.

Sin embargo, su labor como alcalde no ha dejado ajeno a nadie. Desde sus primeras acciones, mencionadas anteriormente, en contra de la corrupción, hasta su actual mandato que ha producido una importante polarización en la opinión pública. Desde los sectores más conservadores, se han juzgado sus errores de forma implacable. Estas opiniones se leen claramente en los medios de comunicación tradicionales y en las voces más acuciantes que desde el cómodo Norte bogotano critican su acción. Pero ¿qué pasa al Sur? Bogotá son muchas ciudades en una sola, pero la primera división que se puede establecer es el eje Norte-Sur: al Norte las clases altas y medias-altas; al Sur, la población con más dificultades económicas.

En ese sentido, durante la primera etapa del gobierno Petro las diferencias sociales en

¹ Movimiento político que se identifica con las ideas y formas de políticas del expresidente Álvaro Uribe Vélez.

² Recibió en Londres el Premio de Liderazgo en Cambio Climático otorgado por la organización de ciudades C40 y la multinacional Siemens y el Premio de la Organización Defenzoer de la Universidad de Antioquia.

la ciudad se redujeron.³ Además, la comunidad internacional, ONU a la cabeza, reconoció sus éxitos en política de seguridad e inclusión social (con programas como los de Centros de Atención Móvil a Drogodependientes o la creación de la Secretaría Distrital de la Mujer).

En lo referente a medios comunitarios, desde la alcaldía se ha concretado la creación de políticas públicas para el sector, principalmente a través la Mesa Distrital de Medios Comunitarios, en la promoción y fortalecimiento de los procesos comunitarios distritales o locales de comunicación, tal como se señala en el plan Bogotá Humana (BH) “con el propósito de impulsar la equidad en el acceso a los espacios y medios de comunicación y de fomentar la circulación democrática de opiniones e informaciones como se encuentra en el Proyecto de Acuerdo 292 de 2007 y en el Decreto 149 de 2008” (Consejo de Bogotá, 2012, pp. 107-108).

Así pues, los datos reflejan que el mandato de Petro se ha centrado –como lo indicaba su programa político– en el desarrollo social de la ciudad y en la integración de una parte de la población hasta el momento marginada, olvidada y rechazada por la élite capitalina.

Sin embargo, pese a todo se produjo la destitución, hecho que no ha llegado a consolidarse debido al enorme apoyo ciudadano e institucional⁴ que ha tenido el alcalde. Dicho apoyo se ha visto refrendado en las enormes y repetidas marchas a lo largo de las calles más importantes de la ciudad y en la ocupación de la Plaza de Bolívar, la plaza principal de Bogotá.

Es por todo ello que este trabajo busca esclarecer cuál ha sido el comportamiento frente a esta situación de los medios comunitarios, pieza clave en el desarrollo del proyecto BH, lo que invita a pensar que por su definición y más concretamente por el desarrollo de políticas públicas para su fortalecimiento, puedan haber servido a la movilización ciudadana, además, como entes alternativos de comunicación, ofreciendo una perspectiva diferente a la de los medios masivos de comunicación en sus localidades de acción.

1.1. LOS MEDIOS COMUNITARIOS Y SU PARTICIPACIÓN EN MOVIMIENTOS SOCIALES COLECTIVOS

Precisamente en dichas jornadas de protesta, los medios comunitarios y alternativos de la capital tuvieron fuerte incidencia en la comunicación, relato y participación de las movilizaciones. Y es que en su conformación como actores de acción colectiva, fruto de una tradición iniciada entre los años 50 y 70 y marcadas por el desarrollo de las Juntas de Acción Comunal (El’Gazi, 2010), ¿cuál ha sido el papel histórico de dichos medios en los movimientos sociales y de protesta de Colombia?

Durante el desarrollo de los medios comunitarios en Colombia hay pocas acciones de movilización no institucionales documentadas. Sí existen, no obstante, ejemplos registrados de movilización social vinculada a ONG e instituciones estatales. Concretamente aparece el caso del Grupo de Comunicación para el Desarrollo y el Proceso Constituyente en 1989, en el Recinto de Quirama en Rionegro, Antioquia. Esta movilización a favor de la comunicación comunitaria reunió a más de 200 comunicadores comunitarios y a diferentes instituciones estatales que abogaban por su ‘derecho a la palabra’:

Este grupo fue liderado por gente de variadas procedencias como ONG (Cinep, Foro Nacional por Colombia), instituciones nacionales (SENA, alcaldía de Bogotá, Ministerio de Comunicaciones, División de Comunicación Social, ICBF, Telecaribe) e internacionales (el Convenio Andrés Bello y UNICEF), posicionó ante el país, a escala nacional y regional, la necesidad de generar condiciones para que los medios permitieran el acceso de las necesidades de expresión de las comunidades y las instituciones se transformaran para apoyar este empeño (Pereira y Cadavid, 2011, p. 62).

Dicha movilización tampoco fue documentada rigurosamente, a pesar de ser la primera vez en que líderes de medios comunitarios se unieron para que el nuevo proyecto político

³ En 2012, el Índice GINI de Bogotá se situó por debajo del 0,5, y 98.395 personas salieron de la pobreza.

⁴ Diferentes instituciones nacionales e internacionales han sido críticas con la decisión del Procurador Ordóñez de destituir e inhabilitar al alcalde. Entre ellas se encuentran: el Tribunal Administrativo de Cundinamarca, Consejo seccional de la Judicatura de Bogotá y la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, CIDH, entre otros.

constitucional de 1991 los incluyera como eje para la democracia comunicativa del país. Como señalan Pereira y Cadavid, “quienes participaron fueron los pequeños apoyados por estas ONG e instituciones que trabajaban con ellos con el interés empujar y fortalecer los procesos de descentralización —1986— y luego la Asamblea Constituyente” (2011, p. 62).

La movilización tuvo resultados efectivos, al menos en el papel. De ahí que la Constitución Política Colombiana de 1991 defina la libertad de crear medios de comunicación, promueva el acceso a la comunicación, plantee que el espectro electromagnético es un bien público al cual el Estado debe garantizar su acceso de manera igualitaria e incluya otras definiciones sobre el tema de las emisoras comunitarias específicamente.

Las posteriores iniciativas que han intentado vincular a los medios comunitarios como movimiento han sido auspiciadas por los gobiernos de Gaviria (Red de Solidaridad social) y Uribe (Programas Regionales de Desarrollo y Paz), sin mayores resultados en cuanto a la consecución de objetivos de mejora de sus condiciones.

Pese a su elevado nivel de organización rizomática (tan solo para la capital, la Red Comunicación Comunitaria cuenta con 240 medios comunitarios), si bien existen movilizaciones más recientes en busca de políticas de comunicación diferenciales,⁵ la perspectiva en la actualidad de los movimientos sociales a través de los medios comunitarios no es muy halagüeña, pues la institucionalización de los mismos ha generado un acoplamiento a las normas y una limitación en los contenidos de carácter social y político. Es decir, la institucionalización ha provocado un movimiento a la inversa, mostrando como errada la visión ciertamente generalizada de que en Colombia “se ha pasado de una visión instrumental difusionista de la comunicación para el desarrollo a abrir la puerta a una visión de

la comunicación como proyecto social y cultural” (Pereira y Cadavid, 2011, p. 77). Por tanto, la experiencia suscrita lleva a concluir que, en términos de desarrollo de los movimientos sociales a través de los medios de comunicación comunitarios, se ha pasado a un nuevo estadio de difusionismo en la comunicación, evitando un movimiento de carácter social y/o político más reivindicativo y necesario.

2. MARCO LEGAL DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS

2.1. NIVEL NACIONAL

Existe en Colombia un extenso solapamiento de Leyes, Decretos y Resoluciones ministeriales que pasan a formar parte enclausurada de un proceso desagregado de (des)regulación.⁶ Durante las últimas dos décadas, la comunicación comunitaria ha pasado de ser regulada por el D. 1447 de 1995 al D. 1981 de 2003, derogado por el D. 2805 de 2008, derogado a su vez por la legislación vigente, sujeta al D. 1161 de 2010. Sin embargo, pese a estos niveles de dispersión legal, la política sectorial ha venido centralizada siempre en torno al Ministerio de Comunicaciones.

Ya en 2004, mediante el documento *Políticas para la radiodifusión en Colombia*, el propio ministerio caracteriza a la radiodifusión comunitaria como un servicio público participativo y pluralista, sin ánimo de lucro, orientado a satisfacer necesidades de comunicación participativa en el municipio o área objeto de cubrimiento. No obstante, a sus pretendidas buenas intenciones, la radio comunitaria se termina considerando una estación de clase D, es decir, aquellas destinadas a cubrir a una ciudad o población, con una restricción en su potencia de transmisión de 250 W.

En el posterior análisis publicado a través del Conpes 3506 (2008), se observan severas carencias en la implementación del sector, especialmente resumidas en torno a

⁵ Como ejemplo, el I Foro de Comunicación Indígena en Colombia, celebrado en noviembre de 2012 y organizado por el Consejo Regional Indígena del Cauca (CRIC), la Asociación de Medios de Comunicación Indígena de Colombia (Red AMCIC) y el Tejido de Comunicación ACIN (Almendra y Rozental, 2013, p.77), en el que participaron los más de 700 participantes entre autoridades tradicionales, organizaciones, procesos, redes, prensa independiente y tejidos de comunicaciones indígenas

⁶ En numerosos casos, la inestabilidad legal y la profusión en los cambios en el marco jurídico existente, sin establecer significativos cambios en la protección del sector, básicamente equiparada a los sujetos comerciales en condiciones de competencia desleal, se utilizan de forma claramente restrictiva a la hora de priorizar las competencias de mercado sobre las de bien público.

la falta de promoción de la participación ciudadana, el mejoramiento de la producción y la programación, el fortalecimiento de su gestión y de su capacidad institucional y el seguimiento y sostenibilidad de los medios.

Partiendo de la necesidad de conferir potestad en este último punto, se publica la Resolución 2235 de 2008, por la cual se integra el Comité Consultivo de Radio Comunitaria, representante nacional y regional de las radios comunitarias integrado de forma fija en torno a miembros del Ministerio de Comunicaciones y, en calidad de invitados permanentes, un delegado de cada una de las cinco zonas definidas y un delegado nacional representantes de los medios comunitarios. Como su mayor logro queda la redacción de un proyecto de ley para el fortalecimiento de la comunicación comunitaria, por el momento no tramitado.

Mediante la Ley 1341 (2009) se crea el Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FTIC), a fin de financiar planes, programas y proyectos para facilitar el acceso universal. En su artículo 57 se definen las condiciones de licencia para las radios comunitarias, remitiendo a las condiciones dispuestas el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Pero es en 2010, a partir de la aprobación del Decreto 1161 y la Resolución 415 en que se distribuyen definitivamente las competencias en torno a los medios comunitarios en Colombia.

Por el primero, se regulan las contraprestaciones de los proveedores de servicios que han de abonar al FTIC por la atribución de las frecuencias. Este régimen unificado de contraprestaciones promueve el desarrollo de planes y programas de telecomunicaciones sociales, entre otras funciones de carácter técnico, aunque en ningún caso expresa un trato de favor para los medios comunitarios.

A través de la Resolución, más completa, se define a la radiodifusión comunitaria como aquella cuya programación está orientada a generar espacios de encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad y, en especial, a la promoción de la democracia, la participación y los derechos fundamentales para una convivencia pacífica.

Mediante este documento, se establecen como condiciones esenciales para la obtención de la licencia comunitaria el ser una co-

munidad organizada no proveedora de otros servicios y constituida en Colombia, reconocida en sus servicios, con domicilio en el municipio para el que se presta el servicio y no inserta en causas de inhabilidad. Por otro lado, en sus emisiones diarias la emisora se debe identificar siempre como comunitaria, y éstas no podrán pertenecer a ninguna otra cadena ni transmitir contenidos con fines proselitistas o políticos.

En cuanto a la financiación, exceptuando la publicidad política, se permiten patrocinios, auspicios y apoyos financieros para determinada programación, en torno a pautas poblacionales que van desde 15 minutos por cada hora de transmisión en poblaciones de menos de 100.000 habitantes a siete minutos para las que superen los 500.000. No obstante, deberán invertir todos sus ingresos en garantizar el correcto funcionamiento del medio. Además, deberán destinar dos horas de su programación semanal para permitir la transmisión de programas desarrollados por instituciones educativas reconocidas por el gobierno, además de prestar colaboración en dichas estrategias de participación estatal.

Finalmente, en el año 2013 se publica la Resolución 433, por la que se reglamenta la televisión comunitaria cerrada sin ánimo de lucro, quedando dependiente del Comité Evaluador de Televisión Comunitaria (organismo puramente ejecutivo) y asumiendo unas características limitativas tanto organizativas (comunidades organizadas de menos de 6000 miembros) como financieras (los miembros deben cubrir costos, sin exención de pagos por explotación).

2.2. NIVEL DISTRITAL BOGOTÁ

Mención aparte merecen las políticas distritales aplicadas en Bogotá, algo más propositivas en su elaboración teórica.

Respecto al contexto político específico anteriormente explicitado, surgen en torno al Plan BH dos decretos encargados de regular la comunicación comunitaria en la capital.

El primero de los decretos, el D. 149 de 2008, se encarga de la creación y distribución de la Mesa Distrital de la Política Pública en Comunicación Comunitaria. Compuesta tanto por miembros del ejecutivo local como de organizaciones sociales y contando con dos miembros por cada tipo de medio comunitario, la Mesa, como órgano consultivo, que-

dará encargada de proponer los lineamientos de las políticas públicas en comunicación comunitaria, así como de asesorar y concretar dichas políticas para la inclusión participativa de la ciudadanía.

El Decreto 150 de 2008 marcará la política pública distrital en comunicación comunitaria, amparada por los principios de promoción de la identidad local y pluralidad, equidad en el acceso y mayores niveles de inclusión social, con una definición de comunicación comunitaria más ampliada, establecida como los procesos comunicativos de cualquier comunidad de intereses en asunción de voz propia y organizada, ya sea desde lo territorial, lo sectorial o desde una perspectiva de alternativa social, estableciendo líneas de acción prioritarias en torno a los anteriores principios.

A la hora de fijar mecanismos de soporte, el Decreto propone (aun cuando en la mayoría de casos, su cumplimiento es deficiente o nulo) modalidades de premiación, reconocimiento y estímulos en torno al cumplimiento de las líneas por parte del medio, bajo propuesta de la Mesa Distrital.

3. MARCO TEÓRICO. ¿QUÉ SE ESPERA DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS?

La democratización de la comunicación es una labor que incide a partir de procesos horizontales “en el reconocimiento de las personas como sujetos de derechos, es decir, como *ciudadanos comunicativos* o *comunicantes*, a partir del ejercicio pleno de los derechos humanos de la comunicación” (Camacho, 2010, p. 252). En fin, en base a los procesos de apropiación. Si bien ésta pasa por los actuales procesos de conformación de ciberciudadanía y emancipación inscritos en la apertura del acceso a las automediaciones, su digitalización genera una homologación ilusoria entre participación e información basada en la “reproducción de opiniones fabricadas en los medios, traducidas en las innumerables formas de medición de la opinión pública” (Del Valle, 2013, p. 61), fundamentalmente a partir de dispositivos tecnológicos que intentan permanentemente romper la movilización social.

Y es que la apropiación no es tan solo asumible a la tecnologización instrumental. Esta afirmación, durante décadas sostenida, parece en muchas ocasiones opacarse por el brillo cegador de los cantos difusionistas,

que creen encontrar en todo nuevo aparato el epíteto del desarrollo integral. La apropiación pasa más allá de las innovaciones por un proceso de comprensión, reflexión y acción, para el que es necesario un cambio en el devenir social, común, en el que el uso individual no basta para su conquista. Es por eso que, enfrentado a un contexto de desinhibición de lo público y construcción ilusoria de un contexto único y globalizado, a pesar de las potencialidades de los usos particulares,

las formas subalternas, comunitarias y autónomas de comunicación social son las que contribuyen a favorecer la participación y el ejercicio de una democracia comunicacional materializando nuevos canales de representación como las radios comunitarias y los periódicos de barrios, en un intento por perfilar las claves culturales locales frente a la globalización (Del Valle, 2013, p. 66)

Desde un punto de vista socio-construccionista, estos movimientos comunicacionales se rigen y reorientan desde hace décadas en torno a la recuperación de espacios públicos, culturales e identitarios propios. Pensado en términos marxistas-materialistas de lucha territorial —término ya tratado para América Latina por autores como Jean Tible (2010) o José María Aricó (2010)—, y entendiendo, a modo de Haesbert (2004) e Yves Barrel (2004), que toda relación social implica una interacción territorial, reaparecen y surgen viejas y nuevas fronteras —algunas socialmente beneficiosas, otras perjudiciales— que se establecen en torno a la territorialidad colombiana, entendidas estas en términos del mismo Haesbaert (2004) como un algo abstracto, no sólo en el sentido radical que la reduce al carácter de abstracción analítica, sino también en un sentido ontológico, en cuanto imagen o símbolo de un territorio, que existe y puede inferirse específicamente como una estrategia político-cultural, incluso aunque el territorio al cual se refiera no esté concretamente manifestado, sin desprenderse que existe una separación —artificial en todo caso— entre territorio como dominación material, tal como propone Cima-devilla (2004), y territorio como apropiación (en términos simbólicos).

De la multiplicidad de quiebras y rupturas surgidas en la posmodernidad (en especial desde el boom neoliberal de los 80), la frac-

tura de los espacios públicos⁷ brinda necesaria una reterritorialización (Haesbaert, 2004) efectiva en torno a los actuales procesos de renovada sensibilidad por la diversidad identitaria, las fronteras⁸ culturales y la construcción de lo común en torno al debate multidialógico de lo público.

Esta “lucha”, pensada como un espacio creativo de reconocimiento de la diversidad, ha sido constante durante décadas en las reivindicaciones del movimiento comunitario bogotano, configurándose en resistencias al desarrollo capitalista y en la ruptura de su linealidad histórica. Allende los procesos de digitalización y llegada de las (no tan) Nuevas TICs, en la cotidianidad comunicacional ciudadana de construcción de microrresistencias, microlibertades y movilizaciones moleculares, para entender cómo se inscriben éstas al interior de las movilizaciones sociales es (e invariablemente fue) imprescindible cuestionarse previamente el gran insumo epistémico base de su funcionamiento mediacional, pues desde siempre

han representado el campo de batalla y teatro del imaginario colectivo y el espejo de proyección de la estructura y de la construcción social (...) [por lo que] es importante mirar a estas experiencias mediáticas como laboratorios en los que se construyen subjetividades políticas (Gravante y Poma, 2013, pp. 257-258)

Y es que, ¿cómo funcionan políticamente los medios comunitarios?, ¿son medios de contrainformación? Estas preguntas, inocentemente formuladas, simbolizan el eterno debate en torno al papel encarnado por los medios alternativos en su constitución como garantes, dentro de su alcance, de los déficits comunicacionales suscritos en amplias zonas del territorio, especialmente aquellas donde por razones de mercado no llegan los medios de carácter privado, muy alejados del cumplimiento del servicio público.

Por las mismas razones, la comunicación comunitaria y alternativa ha sido, aún más intensamente en América Latina, sujeto histórico de canalización de las revoluciones sociales y las reivindicaciones más profundas de

la base de sus pueblos, sirviendo el servicio público allá donde las instituciones tradicionales fallaban o no llegaban. Más allá de eso, en la lucha por la apropiación de la comunicación:

Los medios comunitarios, normalmente puntos nodales en las redes de movimientos políticos, también se convierten en actores importantes en la lucha contra el encuadre ofrecido por los medios masivos de los mensajes de los movimientos y sus acciones de protesta, facilitando el proceso de automediación y dando lugar así a un tercer tipo de medios de comunicación, relativamente independiente del Estado y del mercado e incluido en las redes de la sociedad civil (Cammaerts, 2012, pp. 125)

Ese siempre fue su sentido y, sin embargo, en las concepciones actuales de privatización, destrucción del espacio público y mitos ciberlibertarios (Winner, 1997) muchos se cuestionan ¿para qué sirven los medios comunitarios?, ¿por qué defienden lo que defienden?, ¿cuáles son las razones de provisión de su servicio público? y, finalmente, ¿qué es lo que mueve a comunicar a las comunidades?

En un análisis prematuro, entretanto se adopte un esquema de dependencia sin consideraciones más profundas, se podría pensar que una financiación institucional fuerte equivaldría para cualquier medio en el apoyo inquebrantable a la administración de dicha institución.

No obstante, este trabajo pretende superar dichos esquemas. A diferencia de las industrias culturales, en las que la presencia de economías de escala abocan a una dependencia estructural absoluta en términos económico-políticos, y no sólo estructural sino también discursiva, a la hora de establecer los términos noticiosos e informativos —finalmente el *framing* en el que los medios masivos se manejan—, en torno al estudio de los medios alternativos es necesario “salir de la concepción binaria de dominación y subordinación que no permite ver a los medios de comunicación alternativos como un fenómeno social, político y cultural, incrustado en la

⁷ Buen ejemplo de ello en Colombia es la retirada y cerramiento gentrificado de las antiguas élites y clases altas y medias-altas en torno a la Zona Norte de Bogotá

⁸ El término frontera desde un uso constructorista, creativo, no hegemónico ni victimizado (Zizek, 2010).

experiencia subjetiva de las personas” (Gravante y Poma, 2013, p. 266).

Enfocando el análisis desde la sociología de las emociones, la teoría de las mediaciones y los estudios de la cotidianidad (Jasper, 2011; Gould, 2004; Holloway, 2009; Martín Barbero, 1987; De Certeau, 1996), en el caso concreto de la experiencia de la crisis en la alcaldía de Bogotá, parece evidenciarse que no existe un vínculo directo entre los acuerdos económicos e institucionales suscritos a través del programa Bogotá Humana descrito anteriormente y el apoyo de los medios alternativos a la administración de la alcaldía, encontrando la base de la motivación y la participación en el elemento básico de toda movilización social —o, para el caso Latinoamericano, en toda “sociedad en movimiento” (Zibechi, 2008) —: el denominado ‘choque moral’ (Gould, 2004).

En torno a los procesos de elaboración de la protesta, las lógicas de apropiación y reelaboración y las fases por las que pasan los movimientos sociales, existe una categorización que comienza con el choque moral, el cual “ocurre cuando un evento inesperado o un conjunto de informaciones aumenta el sentimiento de ultraje en una persona que se inclina hacia la acción política” (Jasper, 1998, p. 409). Siguiendo el aporte de las microrresistencias de De Certeau, en el acercamiento a los procesos de apropiación es necesario

detectar los mecanismos por los cuales los individuos se vuelven sujetos que manifiestan formas de autonomía en un conjunto muy amplio de prácticas de la vida cotidiana, sobre todo cuando nos insertamos en un contexto de protesta social. Solo en este caso (...) se pueden apreciar los procesos de reelaboración y redefinición de valores, creencias e identidades que llevan a las personas a tomar conciencia de aspectos de la realidad que hasta aquel momento no habían considerado, a cambiar su percepción de la realidad y, finalmente, a actuar en consecuencia (Gravante y Poma, 2013, p. 263)

Para el caso concreto de esta investigación, con respecto a la actitud de los medios

alternativos, parece ser irrelevante si estos recibieron algún tipo de ayuda económica por parte de la gestión de la actual alcaldía de Bogotá, o si pasaron a formar parte de los mecanismos institucionales de apoyo y promoción de los medios comunitarios implementados. A pesar de que la estructura de oportunidades de mediación para los movimientos de protesta y los activistas no se puede separar en ningún caso de estructuras de oportunidades políticas y económicas más amplias (Camaerts, 2012), es posible cerciorar que en los casos concretos de los medios movilizados, lo verdaderamente importante a la hora de decidir si apoyar o no las movilizaciones en favor del alcalde Petro fue, en realidad, el nivel de ultraje, de indignación política conseguido dentro de la comunidad que conforma el medio, capital a la hora de movilizar en base a la indignación, fomentar la participación en base a la esperanza del cambio, y luchar por la ruptura en base a la rabia de haber comprendido el engaño (Jasper, 1998).

4. METODOLOGÍA

El objetivo fundamental de este artículo es, por tanto, conocer cuál ha sido el papel de los medios comunitarios en la movilización ciudadana a favor del alcalde Petro.

Para la obtención de esta información es esencial el conocimiento de los actores implicados en estos medios y para ello se ha hecho un trabajo de investigación previo en el que se han seleccionado a los actores que pueden aportar mayor información de cara a los procesos de movilización. En primer lugar se buscó al actor más importante en la administración de la política de medios comunitarios: Rodrigo Acosta, gestor de la Red de Medios Comunitarios de Bogotá, destacado por su lucha en contra de la segregación de los medios comunitarios, además de ser uno de los artífices de la consecución de muchas de las políticas de fomento en el sector. A partir de su orientación en la selección de la muestra,⁹ se han seleccionado de entre aquellos medios que no sólo están registrados como comunitarios, sino que además tienen una labor¹⁰ que los puede identificar como tal, una muestra representativa y abarcadora de

⁹ Los datos presentados por los organismos públicos no son fiables debido a que en Bogotá hay muchos medios registrados como comunitarios por una cuestión instrumental relacionada con los beneficios que reciben al registrarse como tal.

¹⁰ En las definiciones según las que abordaremos las temáticas se profundizará en este aspecto.

todos los sectores posibles, utilizando dicha selección como objeto de análisis.

Así, se ha contactado con los gestores, líderes comunitarios y directores de medios comunitarios de diferente índole: digitales, radiales, televisivos, que a su vez responden a diferentes comunidades: LGBT, adultos mayores, ecologistas, barrios, localidades, etcétera. Todos estos medios, excepto uno, tienen en común su participación en la Mesa Distrital de Política Pública para Medios Comunitarios, lo que quiere decir que en su mayoría se encuentran vinculados a los procesos de

gestión de política pública sectorial que ha fomentado el plan BH. A través de las diferentes entrevistas se quiere conocer sus motivaciones, acciones y formas de movilización de los colectivos sociales.

A continuación se hace una relación esquemática de los medios entrevistados, sus características estructurales y las zonas de influencia de los mismos, a fin de establecer cuáles son las potencialidades en las repercusiones de su acción de protesta:

Tabla 1. Medios comunitarios entrevistados

Medio (año)	Tipo	Propiedad	Pautaje	Mesa Distrital	Comunidad a la que se dirige	Transmisión: Potencia/difusión	Tamaño
Campeones de la vida (2009)	Sonoro / TIC	Fundación privada sin ánimo de lucro	Sí	Sí	Personas con discapacidad	Radio: Emisora Mariana de Bogotá Web: www.fundacioncampeonesdela vida.org	8 (voluntarios)
Escuela País (1996 – 2003 - 2010)	Sonoro / Impreso / TIC	Privada	Sí	Sí	Sindical / Sector del magisterio	Radio: Candela Estéreo Impreso: 20.000 ejemplares Web: http://www.escuelapais.org	6 (empleados)
LGBT, Adultos Mayores y Amigos de los animales	Impreso	LGBT: Empresa Privada (Sociedad) / OTROS: Fundación privada sin ánimo de lucro	Sí	Sí (Representante medios impresos)	Comunidad LGBT / Adultos-Mayores / ecologistas	LGBT: 3000 ejemplares (12000 lectores)	*****
Canal 8 Telesanmarcos	TV-distribuidor señal	Comunidad organizada sin ánimo de lucro	No	Sí	Comunidad ciudadana: localidad Engativá	5000 subscriptores (15000 audiencia)	*****
Colectivo Audiovisual Icaroscopio (2002)	Formación TIC	Alegal	No	No	Población Tunal / Zona Sur	*****	*****

Fuente: elaboración propia

5. RUPTURA DE LA COTIDIANIDAD. ANÁLISIS POLÍTICO DE UN INSTANTE

Como apuntaba hace ya varias décadas De Certeau (1986), son las ‘maneras de hacer’ de la marginalidad táctica las que constituyen las prácticas a través de las cuales los usuarios, ‘héroes comunes’, se reapropian del espacio organizado por los técnicos de la producción sociocultural. En el caso de esta investigación, la movilización de recursos y la fundación de microlibertades se encuentra en el uso que los medios alternativos y comunitarios hacen de las culturas difundidas e impuestas por las “élites” productoras de lenguaje. Por tanto, es necesario comprender las lógicas de movilización de dichos medios más allá de su utilización como instrumento de acción política, sino como sujetos propios de dicha acción.

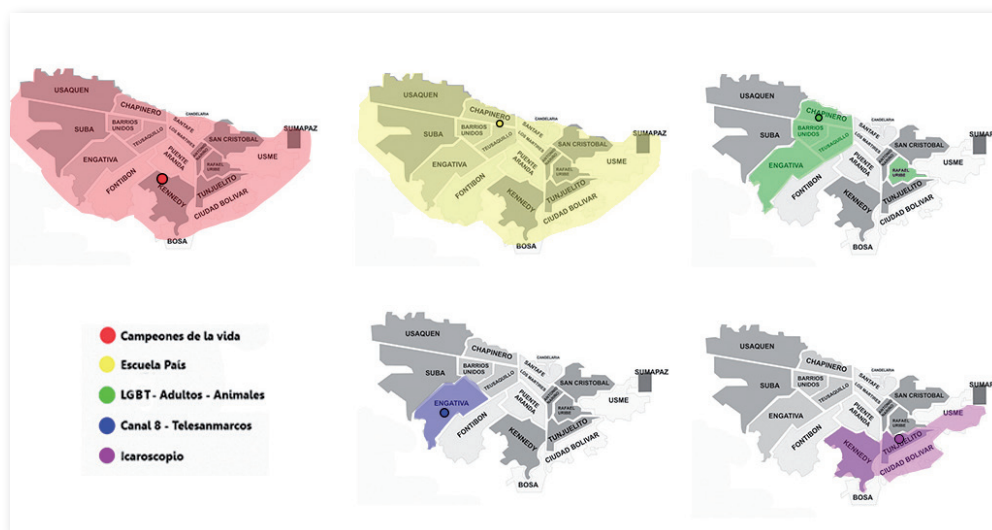
Para ello, una vez sostenida metodológicamente la investigación, y en base a los datos recopilados en torno a las entrevistas y el análisis estructural de los medios y las formas de organización que los sustentan, el siguiente

paso es reconstruir el relato de las movilizaciones, las microrresistencias allí ofrecidas y los repertorios de acción producidos desde los ojos, el corazón y las manos de los medios comunitarios seleccionados, conociendo quiénes son, en qué situación se encuentran y por qué, finalmente, actuaron de la forma en que lo que hicieron.

5.1. ¿QUIÉNES SON LOS MEDIOS?

Los sujetos seleccionados suponen una radiografía extensa del movimiento de medios comunitarios bogotano. Así, existe representación de medios sonoros, audiovisuales, impresos, digitales y educacionales. Por otra parte, en el conjunto de la muestra se pueden encontrar diferentes especializaciones sectoriales/territoriales, las cuales muestran los diversos alcances y motivaciones de los distintos medios, procurando la mayor heterogeneidad posible a fin de encontrar los factores decisivos en la movilización de sus bases y estructuras.

Figura 1. Zonas de influencia de medios entrevistados



Fuente: elaboración propia

En el nivel de análisis casuístico, lo primero que llama la atención es que tanto Campeones de la Vida como Escuela País suponen casos multimediáticos inesperados ya que, a pesar de establecerse de forma primigenia como programas radiales divulgativos

transmitidos desde emisoras privadas de cobertura distrital, su éxito posterior los llevó a asumir nuevas formas y canales de comunicación: en el caso de Campeones de la Vida, a través de la fundación de una página web, y en el caso de Escuela País, con la apertura

tanto de un blog y una radio digital como de un periódico impreso. Ambos, que funcionan bajo formas de tuición privadas (el primero como fundación sin ánimo de lucro), cuentan con una plantilla de entre 6 y 8 personas (en el caso de Campeones de la Vida, todos ellos voluntarios) que se encargan del sostenimiento del medio.

Si bien para Campeones de la Vida existe una muy fuerte especialización en contenidos dedicados al beneficio de las poblaciones vulnerables y la inclusión social de la población con discapacidad, su transmisión a través de la Emisora Mariana de Bogotá (propiedad de la iglesia católica), así como el streaming, consiguen que la cobertura del programa sea de carácter distrital.

Por su parte, y a pesar de que según las cuentas del fundador de Escuela País, el periodista y educador Miguel Antonio Chavarro Buriticá, existen en la actualidad al menos seis programas diferentes de radio enfocados al magisterio, Escuela País resulta uno de los ejemplos históricos de comunicación popular más significativos del país. Chavarro comenzó con el proyecto en el año 1987, a partir de una petición personal de la Federación Colombiana de Educadores (FECODE) de organizar una experiencia comunicacional propia, que durante los años pasó por diferentes formas y emisoras hasta convertirse en el actual Escuela País, nomenclatura que fue adoptada en el año 1996. De carácter eminentemente sindical y crítico, en un intento por aglutinar el sector del magisterio docente como comunidad con voz propia, en la actualidad el programa es transmitido a través de las ondas de Radio Candela Estéreo, lo que le permite sobrepasar los límites distritales de proyección, más allá de que ahora cuente con una emisora digital propia y con Escuela País Impreso, periódico con tirada de 20.000 ejemplares, de los cuales 5.000 traspasan las fronteras de la capital y son distribuidos por cooperativas y sindicatos docentes de todo el país.

De los más de 100 medios impresos comunitarios integrantes de la Mesa Distrital bogotana, la revista LGBT es uno de los más influyentes a la hora de establecer los acuerdos institucionales y financieros con las autoridades políticas debido al cargo, como uno de los dos representantes de estos medios en la Mesa, que ejerce uno de sus fundadores. No obstante su representatividad, con 50

ediciones a sus espaldas, si bien su orientación está claramente definida por la amplia y difusa comunidad LGBT de Bogotá, financieramente se trata de un medio organizado en torno a una sociedad de carácter privado. Con una tirada de 3.000 ejemplares y una expectativa de difusión de 12.000 lectores, su distribución se centra en el norte capitalino, más concretamente en torno a las localidades de Chapinero, Engativá, Teusaquillo, Rafael Uribe y Barrios Unidos. Además, a través de una fundación sin ánimo de lucro, gestiona los periódicos de Adultos-Mayores y Amigos de los animales, menos ambiciosos en su penetración y de carácter más específico.

De todos los medios entrevistados, Canal 8 es el único que se estructura en torno a la figura legal de comunidad organizada sin ánimo de lucro. No obstante el canal de televisión comunitaria, Canal 8 pertenece a un sistema mayor de distribución de señal que ofrece más de 70 canales de televisión cerrada. Suscrito solamente a la localidad de Engativá, cuenta con 5.000 suscriptores y una audiencia potencial de unas 15.000 personas. Quizá debido a su pequeño presupuesto (el 3% de la caja anual bruta de todo el sistema), la producción propia de Canal 8 muestra un carácter localista, centrada básicamente en la recuperación de la memoria histórica en todos los sectores por los que la señal se distribuye. Es decir, espacios dedicados a la historia del barrio, las actividades de los líderes comunitarios, el deporte, la pintura, el arte...

La última de las paradas en este trabajo de inmersión hay que hacerla en el barrio del Tunal, y más concretamente en su biblioteca. Allí, Omar Fabián Vera Corte y otros vecinos de Tunjuelito tuvieron la idea, hace más de 15 años, de fundar un cineclub con la modesta esperanza de poder mostrar a sus vecinos (y en especial a los más jóvenes) aquellas películas que no saltaban a los circuitos comerciales. De los debates y foros de discusión que espontáneamente surgían tras la exhibición de los materiales, y en base al proyecto distrital Tejedores de Sociedad, surge en el año 2002 el Colectivo Audiovisual Icaroscopio como una herramienta necesaria de crítica social a través del cine. Desde su convencimiento de alternatividad, su situación legal no está registrada, actuando como medio alegal en las localidades del sur de Bogotá (Tunjuelito, Ciudad Bolívar, Usme, San Cristóbal, Kennedy,...), bajo un perfil de formación pedagó-

gía y artística crítico tanto a través del cine como desde las propias artes.

5.2. ¿CÓMO SE SIENTEN LOS MEDIOS?

Uno de los aspectos más interesantes para el análisis de la movilización de los medios comunitarios es conocer qué es lo que sienten sus actores frente a la situación de la comunicación en Colombia y en Bogotá.

A través de las entrevistas se pueden destacar tres grandes temas con los cuales los directores de estos medios están inconformes: en primer lugar, la concentración, transnacionalización y control político de los medios nacionales; en segundo lugar, un interés contradictorio por parte de la alcaldía para ayudarlos a subsistir, que no llega a materializarse en resultados tangibles (a pesar de ser el primer ejecutivo que genera ciertos avances con la puesta en marcha de políticas públicas sobre este tema) y, en tercer lugar, la necesidad de implementación de una nueva política pública de comunicación que sirva para regular esta situación y ayudar a los medios comunitarios, ya que su situación económica, en muchos casos, es insostenible.

Sobre la enorme concentración que existe en Colombia en torno al oligopolio comunicacional Santo Domingo-Ardila Lülle-Prisa, que controla la mayor parte de los medios de comunicación en el país, Rodrigo Acosta, representante de la Red de Medios comunitarios, se expresa de una manera carnal cuando señala que “en Colombia no hay ningún sistema de medios, es un proceso de monopolización y transnacionalización económica y del derecho de la información por parte de grupos económicos y políticos...”.

Esta concentración de los medios de comunicación también está vinculada a una fuerte intervención por parte de los políticos (senadores, congresistas, etc...) y la iglesia católica en diversas emisoras que transmiten en Bogotá; véase el caso de Radio María, emisora a través de la cual Campeones de la Vida difunde sus programas. O la experiencia de Miguel Chavarro, director de Escuela País,

cuando nos habla de los cambios constantes a los que tuvo que someter a su medio de comunicación debido a diversas dificultades: “A los 7 años me metí a hablar con Jimmy Chamorro, me dieron espacio a hablar con el senador, y le dije ‘mire, yo veo como complicado que mi audiencia no es cristiana, y entonces usted me despide con una cadena de oración, termina mi programa y otra cadena de oración... yo no lo veo como bien... quisiera preguntarle a usted si van a seguir interesados en hacer proselitismo religioso o radio’. Y me dijo ‘aquí, la esencia de esto es la iglesia”.

Sin embargo, hay quienes son optimistas, de cara a la función que tienen los medios comunitarios alternativos. Es el caso de Icaroscopio (el único medio alternativo no registrado, de los entrevistados), donde su director, Omar Vera, observa la importancia de estos medios como contrapeso al oligopolio de la información colombiano: “los mismos dueños de Caracol, de RCN, son los dueños de las grandes empresas, Postobón, Bavaria... todas esas son empresas que manejan esos canales. Y esos canales son los que en su momento dan dinero para los políticos que terminan siendo presidentes, alcaldes. Entonces son manipuladores incluso de estos procesos políticos. Por eso nacen los movimientos de comunicación alternativo y comunitario, que en su principio eran comunitarios, que en el principio buscaban como romper eso. Por un lado crear nuevas formas de educar desde los medios. Por otro lado informar en lo que los grandes medios no decían”.

En cuanto a su relación con la actual alcaldía, se podría señalar que la mayor parte de las personas entrevistadas observan la existencia de una relación bastante ambigua en la que los aparatos burocráticos inhabilitan lo que se ha conseguido en términos legislativos sobre medios comunitarios con el “primer gobierno de izquierdas bogotano”¹¹: “puede ser que el alcalde tenga muy buena onda política y de hecho lo ha demostrado. Pero hay todo un aparato burocrático ahí que no permite la cosa como que se concrete”, dice Liliana Flo-

¹¹ Aquí se toma la expresión que usa Liliana Flores, directora de Canal 8, cuando define la alcaldía de Petro: “Se supone que en Bogotá ha habido los tres últimos gobiernos de izquierda. Yo diría que ha habido tres alcaldes de izquierda. Mas no tres gobiernos de izquierda. El primer gobierno de izquierda es éste. Porque los dos alcaldes anteriores han sido elegidos por gobiernos de izquierda pero en el Consejo, la mayoría de la bancada ha sido de derecha, y han gobernado con la derecha y para la derecha.”

res de Telesanmarcos, cuando se le pregunta sobre la materialización de las políticas públicas de la alcaldía. Además, observa que en los procesos participativos hay impedimentos para que sus prerrogativas se lleven a cabo: “Hemos tenido 3 intentos para reformarlo [el Acuerdo 149 de la Mesa Distrital de Medios Comunitarios] en el Consejo de Bogotá y la burocracia no nos ha dejado. O sea, las diferentes bancadas en el Consejo han torpedeado el trabajo. Es porque no les conviene. Porque de todas maneras, pues que una instancia de participación ciudadana pueda decidir sobre los recursos pues digamos que eso les daña desde muchos procesos.”

Esta relación ambigua se viene a materializar en la promesa incumplida de financiar a los medios comunitarios a través de pauta publicitaria oficial. Los actores no comprenden por qué la alcaldía sigue pagando millones y millones de pesos al oligopolio comunicacional (abiertamente opuesto al proyecto político Bogotá Humana), mientras que a los medios más afines a su causa se los tiene en un completo abandono: “De ese 30% que se habló hace más de un año en una reunión que se tuvo con Petro, nosotros no hemos logrado ni siquiera el 3%. Y si bien es cierto que Petro tiene la voluntad política, digamos que los mandos medios no la tienen. No tengo palabras para aseverarlo, pero yo pensaría que los mandos medios tienen alguna relación con las grandes audiencias de medios y con los grandes medios y pueden conseguir una comisión, y ellos no van a querer dejar de percibir esos recursos. Digamos que eso ha bloqueado un poco el proceso”, dice una Liliana Flores, bastante frustrada.

Miguel Chavarro, con una amplia experiencia en los derroteros de la política bogotana, es más explícito a la hora de señalar las razones por las que estos mandatos no se consolidan en apoyos reales: “Todos los Jefes de Prensa de las Secretarías, de las dependencias de las Secretarías de Educación eran como unas centrales de medios. Entonces como ellas tienen su arraigo en los medios comerciales, les sale una partida para pautar sobre un evento, sobre cualquier hecho en el Distrito, ¿a quiénes crees tú que llaman? A los amigos, a los que dejaron en El Tiempo, a los que dejaron en Caracol, en RCN. Entonces les pautan. Nosotros, que son unas tarifas ínfimas con relación a las del Caracol y a las de RCN, pero que tenemos una importante capa-

cidad de penetración en el sector del magisterio, cobramos la cuña a 120.000 pesos [40 euros]. En Caracol, Caracol Social la cobra a 1.600.000 pesos [550 euros], pero como es social le hacen un descuento del 50% y quedan en 800.000 [270 euros aprox.], sólo para Bogotá. Y allá es donde pautan. Acá no pautan. Tú no oyes en mi programa una cuña de la Secretaría Educación.”

De esta forma, la mayor parte de los entrevistados están de acuerdo con la regulación del sector a través de una nueva ley de medios comunitarios que les permita la supervivencia como medios de comunicación alternativos, una ley que incluya aspectos como (1) “el reconocimiento del comunitario como un igual. Porque es que aquí, comunitario es sinónimo de pequeño, es sinónimo de malo, es sinónimo de pobre. Entonces yo pensaría que lo primero sería eso, como una reivindicación, un reconocimiento del medio. Porque estar circunscrito a un área geográfica específica, a un sector poblacional, [no] significa que tú eres menos medio que otro. (2) La sostenibilidad de un medio está entre su sostenibilidad como medio, su sostenibilidad social. Es decir, si somos comunitarios, ¿qué tanto hace la comunidad parte del medio? Y (3) la sostenibilidad económica. Si yo hago una triangulación entre los tres, pues yo tengo la sostenibilidad del medio. Entonces a mí no me sirve involucrar comunidad, ni hacer un buen trabajo si no tengo recursos. Entonces, pues quedémonos con la ley de un tercio. Que los medios comunitarios tengan un recurso para no estar preocupándose de una pauta pobre de 50.000, 100.000, 200.000 pesos, cierto, para poder trabajar cosas comunitarias. Y eso se logra pues a través del pautaje.” De ese modo lo observa Liliana Flores de Canal 8, Telesanmarcos.

No obstante, hay quienes creen que la institucionalización de los medios comunitarios sólo es una forma de generar estructuras clientelistas en las que los medios se crean sólo por una motivación económica, obviando la motivación de carácter social que identifica su alternatividad. Así lo dice Omar Vera: “Pero es que los medios alternativos comunitarios no deberíamos sostenernos por dineros del Estado, ni por dineros distritales ni por la administración. Un medio comunitario alternativo debería tener otras opciones. De moverse, de ponerse en juego, de mostrar su posición política... pero lo que te digo, entonces termi-

nan siendo una especie de pequeñas roscas de medios que están en el IDEPAC, que están en la Alcaldía Mayor, que saben cuánta plata sale cada mes, cada seis meses, que se mueven para recibir esos dineros, que si a veces publican incluso avisos de la alcaldía, pero no van más allá. Muy pocos tienen una postura política clara de criticar, decir, de defender las banderas de lo que está pasando.” Sin embargo, y a pesar de su postura “anti-intervencionista” él es consciente de la necesidad de la implementación de una ley de medios: “Es lo que yo defiendo más bien. Es que más allá que haya presupuesto para los medios alternativos es necesario que haya una ley de medios alternativos, y esa ley de medios alternativos apunta a eso, a cómo se construye un proceso político desde los medios alternativos. Que más allá de que ‘ay, sí, págueme un aviso de prensa y yo lo pongo’, dame 100.000 pesos y yo lo pongo, que es lo que terminamos haciendo muchas veces con la Alcaldía Mayor. La alcaldía nos da 10 avisos, nos da 1.000.000 de pesos y todos felices. No, no es eso. Bueno yo tengo mi medio, mi medio lleva tantos años, mi medio habla de esto, yo puedo seguir hablando de esto, y el Estado me sostiene en lo que yo hago, sin necesidad de ‘bueno, le doy un millón, la otra semana le doy 5, le doy 10, el otro año no le doy nada’. No. Siempre un dinero específicamente para sostener el medio.”

Además de esta situación de marginalidad que experimentan los actores de medios comunitarios, bien sea por la incidencia de poderes eclesiásticos, empresariales o políticos, muchos de ellos se encuentran en peligro por ejercer un derecho humano salvaguardado por la Constitución Política Colombiana de 1991, el derecho a la libertad de expresión. Colombia es hoy uno de los países latinoamericanos con mayor número de periodistas asesinados. Según la FLIP, desde 1994, cuando se constituyó la Fundación, hasta 2004, hubo 167 periodistas asesinados, y los actores comunitarios no están exentos de estas amenazas, como observa Rodrigo Acosta: “La presión del paramilitarismo, la presión de la extrema derecha y de grupos al margen de la ley es permanente contra los medios comunitarios y alternativos en Colombia y en Bogotá. Hay varios compañeros que han sido amenazados, les ha tocado salir del país, que vuelven o que se esconden, o que dejan de publicar o dejan de emitir, hay algunos que ya

están en espacios de protección precisamente por difundir ideas. Entonces uno observa que expresarse no es tan fácil, porque con el hecho de que usted solo con esta entrevista que le estoy diciendo a usted, ya hablo de paramilitares, ya en este momento los entrevista, si yo publicara esta entrevista tal como la estoy planteando, circularía por Internet, ¿dónde la publicaría yo? Por mi medio comunitario, e inmediatamente vendrían las amenazas o el asesinato, ¿verdad? Y eso ha pasado con los medios comunitarios en Colombia, en especial en las regiones, y pasa en Bogotá también. No porque estemos en la capital no pasa, todo lo contrario, pasa, y de una forma muy aguda”.

Esta situación no sólo afecta a las personas, que ponen en riesgo su vida por llevar a cabo una labor de carácter social, en muchos casos voluntaria, sino que además perjudica profundamente la democracia del país (si es que la hay), una democracia velada por un sistema de medios concentrado en donde los periodistas sólo pueden ser favorables a unos grupos políticos determinados y donde, en definitiva, quién levanta la voz para plantear reformas a la estructura social y democrática del país es callado, asesinado, violentado. Por ello, como señala bien señala Rodrigo Acosta, la opción de muchos es callar: “Entonces, muchos medios comunitarios o alternativos se dedican a escribir estupideces, superficialidades, banalidades, ¿por qué? Porque si escriben asuntos que tengan que con la controversia social, la problemática social, o política, o del desplazamiento, o desde la pobreza, se les ve inmediatamente como si, al reclamar un derecho, fueran comunistas, fueran de las FARC, de la guerrilla, simplemente por reclamar un derecho, cuando simplemente son ciudadanos organizados muchas veces, hasta de derechas, que simplemente se organizan en una comunidad y protestan por el agua, o por las tarifas altas, pero inmediatamente son incriminados, entonces ahí hay problema en el derecho a la información de los medios comunitarios en Bogotá. Si usted echa a mirar a los contenidos, hay graves dificultades en la producción de contenidos, por un lado por eso y por otro lado por la falta apoyo, la falta de vocación política e incluso por la falta nuestra de debate político, de lograr encontrar un horizonte y un objetivo claro de para qué sirve eso.”

5.3. ¿POR QUÉ SE MUEVEN LOS MEDIOS?

Es la mañana del 9 de diciembre de 2013 en Bogotá. El procurador general Alejandro Ordóñez resuelve de forma imprevista, unilateral y discrecional destituir al alcalde, Gustavo Petro, e inhabilitarlo políticamente durante 15 años por una supuesta mala praxis en la gestión de los contratos de basuras de la capital colombiana. Ese mismo día, en la Plaza Bolívar comienza un movimiento de cientos, primero, miles de personas después, que poco a poco van sumando adeptos en una oleada ciudadana de indignación contra la decisión del procurador. Con el paso de los días, el ultraje se convierte en noticia y la progresiva pujanza de las movilizaciones fuerza a tomar partido.

Es entonces que surge la cuestión: y desde los medios, ¿qué se dijo? Pues desde las posiciones hegemónicas de las grandes cadenas, poca cosa, apenas si lo de siempre. Las

informaciones, unívocas, equívocas y deliberadas en muchos casos, muestran la imagen fija de una destitución totalmente ajustada a los límites de la legalidad y el rechazo al Estado de Derecho de un alcalde enfurecido por haber sido descubierto. Cuanto menos, nunca se expone una visión alterna.

Por tanto, para equilibrar la balanza, se torna necesario buscar en los medios alternativos posturas de contra-información contrastadas al oligopolio de los medios masivos, a partir de un acceso y un acercamiento mucho más próximo a la noticia, tanto a nivel territorial como sentimental. Los casos seleccionados entre los medios comunitarios de Bogotá, muestran la enorme heterogeneidad de posiciones políticas, sociales e ideológicas que existen en el sector, desvaneciendo la conexión financiación pública-apoyo sociopolítico de entre las razones principales en el sostenimiento de su posicionamiento a la hora de enfrentar este tipo de sucesos.

Tabla 2. Razones y formas de participación de los medios entrevistados en las movilizaciones a favor del alcalde

Medio	Participación en movilizaciones	Tipo de participación	Razones
Campeones de la vida	No	*****	*Mantener independencia política del medio *Alejamiento de los intereses del medio
Escuela País	Sí	*Acción Informativa *Participación en la movilización	*Indignación política/ideológica *Convicción democrática crítica
LGBT, Adultos Mayores y Amigos de los animales	No	*****	*Independencia política *Enfoque comunitario puro
Canal 8 Telesanmarcos	Sí	*Acción informativa *Participación en la movilización	* Indignación política/ideológica *Interés político
Colectivo Audiovisual Icaroscopia	Sí	*Acción formativa	* Indignación política/ideológica *Necesidad social de mirada alternativa

Fuente: elaboración propia

En el caso de Campeones de la Vida y los impresos LGBT, Adultos Mayores y Amigos de los Animales, los propietarios de los medios y sus trabajadores resolvieron no participar en forma alguna de las movilizaciones en favor del alcalde, habida cuenta de que, a pesar de

ofrecer opiniones más favorables a la actuación política de la actual gestión que el resto de medios, recibir mayores niveles de pauta y formar parte de forma más directa de las instituciones políticas (como la Mesa Distrital), ni siquiera se ofreció información sobre

el problema, a partir de las diferentes razones argüidas. En el caso del programa radiofónico, se argumenta que no se informó ni se tomó parte del movimiento debido a que, a pesar de los beneficios que el programa BH les ha reportado, no es finalidad del medio la información de carácter político, por lo que según su director, fue necesario mantenerse al margen para proteger su independencia política. En el caso de los impresos, las respuestas son similares en la defensa de la independencia. Más allá del posicionamiento ideológico en términos de política social para las comunidades de interés, los propietarios prefieren no asumir posiciones vinculantes arguyendo que trabajan desde un enfoque comunitario, diferenciado del alternativo en la medida en que su foco está dirigido tan solo a dichos colectivos.

En el caso de los otros tres medios entrevistados, las posiciones fueron mucho más comprometidas. Además de reestructurar su programación cotidiana para poder informar sobre la destitución y las movilizaciones en contra, se asumieron posiciones políticas mucho más fuertes que incluyeron la movilización directa y la utilización del medio como herramienta de acción social. Y desde luego, sin mediar en ningún caso razones de tipo económico.

Escuela País es el único de los casos que sí recibió pautajes por parte de BH, aunque mucho menores que con administraciones anteriores. Sin embargo, a la hora de establecer los porqués de su participación en las movilizaciones, las razones de su fundador pasaron a un nivel más ontológico, de indignación política ante la injusticia y la perversión de la democracia que, a sus ojos, se habían cometido contra un alcalde con el que, por lo demás, muestra una posición muy crítica por sus acciones contra el Polo Democrático Alternativo. No obstante, Escuela País informó, incorporó un jingle propio y asumió los símbolos de la protesta como propios durante los días que duró en la calle, participando de las manifestaciones y concentraciones y actuando desde la calle para dar a los ciudadanos una información alternativa a la de las grandes cadenas, además de la oportunidad de poder expresarse a través de sus ondas.

Telesanmarcos y Canal 8, por su parte,

pueden ser el caso que se aviene a razones más pragmáticas. A pesar de que no recibió aporte financiero alguno de la alcaldía, la dirección tiene claro que, si bien las políticas públicas comunitarias desde la administración Petro son deficientes, con la hipotética llegada de la derecha al poder, el reconocimiento conseguido se desvanecería expulsándolos nuevamente a una incierta situación de ilegalidad. Por todo ello, además de informar, fue que formaron parte del movimiento.

Pero es el caso de Icaroscopio quizá el más interesante de los tratados. Primero, porque no se trata de un medio de comunicación usual. Y segundo, porque al ser un colectivo por fuera incluso de los circuitos comunitarios, que eligió por su cuenta no registrarse para no perder ni un ápice de su espíritu alternativo, podría pensarse que no debería tener parte de movilizaciones por políticas que, ni siquiera a futuro, podrían afectarle en su desarrollo organizacional. Sin embargo, de nuevo el choque moral y la indignación política del engaño fueron determinantes a la hora de sumarse a la protesta, de una manera singular y propia, pues lo hizo desde las prácticas cotidianas del medio. Las microrresistencias de las que previamente se vislumbraban ciertas aplicaciones surgen en Icaroscopio a través de la educomunicación crítica en base a la acción formativa para la movilización. Mediante la proyección de la película *No*¹² (Larraín, 2012) en las escuelas y foros, se buscó concientizar a la ciudadanía en la necesidad de apostar por el “no” a una destitución igual de ilegítima y dirigida, en palabras de su fundador, por los mismos nefastos personajes que la dictadura pinochetista a la que se refiere la película.

6. CONCLUSIONES

Como se viene advirtiendo a lo largo de este trabajo, y volviendo a los orígenes heurísticos del problema, se asiste en la actualidad de manera impávida a la despolitización de lo público. Es decir, a su deshumanización. Esta afirmación, cotidiana y simple, advierte en cuanto a la aplicación de una lógica hegemónica a la hora de equiparar lo público con el Estado, o con el mercado, pero buscando dejar de lado a la sociedad como elemento

¹² Film chileno del año 2012 sobre el plebiscito que contra todo pronóstico pierde Pinochet en el año 1988 y que pone fin a 16 años de cruel dictadura.

básico de receptividad pasiva, que sólo espera el reconocimiento de sus derechos y libertades, y no su ejercicio.

Mediante esta concepción deliberadamente errada y limitada de ‘esfera pública’, lo que se pretende es ocultar a sus propios ojos las diferentes formas políticas emancipatorias, presentes en toda sociedad y encargadas verdaderas de la construcción procomún de lo público.

Lo que señalan de manera coincidente Arendt, Habermas y Sennett, por encima de sus muchas otras diferencias de enfoque, es que el intento de subordinar la emergencia de lo nuevo social mediante su encuadramiento en las normas de un Estado que a su vez se transforma, no alcanza para dar cuenta de las relaciones complejas y cambiantes que tienen lugar en el período señalado entre Estado y sociedad y, en particular, no alcanza para dar cuenta de las formas por las cuales la sociedad de particulares intervino en este proceso de transformación del Estado al margen de sus ordenanzas, y muchas veces forzándolas. Estas formas de intervención —que es la intervención de sujetos múltiples, anónimos, no especializados— se harán presentes de manera característica, en los modos de lo público (Caletti, 2007, pp. 203-204)

A la hora de establecer esos límites fronterizos y aparentemente inamovibles entre lo estatal y lo privado, los medios comunitarios, tanto así como los movimientos sociales y ciudadanos —entre otras formas de organización rizomática de la sociedad civil— de forma más categórica, en su interacción real certifican la falacia de dicho cercamiento único, arrebatando la lógica del orden jurídico ante la imposibilidad de su universalización. En otras palabras, la praxis cotidiana de las comunidades y sus miembros producen escenarios cambiantes insoslayablemente políticos. “La sociedad constituye la organización pública del propio proceso de la vida” (Arendt, 1993, p. 56).

Por esto, los medios aquí entrevistados, que arrojan formas de actuación concretas, particulares, van más allá en la interpretación intersubjetivada de su acción, ampliando los límites de lo público en su establecimiento

como formas emancipadoras y no hegemónicas¹³ de comprensión política. Por tanto, las conclusiones que se derivan han de leerse en clave propositiva, creativa incluso, en la lucha que se establece por la reocupación de los espacios sociales parasitados. En la ruptura de las lógicas de dominación.

Desde un planteamiento a priori, existían indicios argumentales que podían inferir una relación directa entre la financiación y las formas de institucionalización de los medios comunitarios y el apoyo político de estos a las administraciones recurrentes. Es decir, movidos por intereses políticos (especialmente bajo la premisa de que el gobierno Petro es el primer gobierno de izquierdas real en Bogotá, además de ser el primero verdaderamente interesado en la aplicación de políticas públicas para los medios comunitarios) e intereses económicos (especialmente tras la aprobación del programa Bogotá Humana y la implementación de pautas publicitarias desde la alcaldía), los medios comunitarios deberían haber apoyado, desde esta postura, incondicionalmente al alcalde en torno a las movilizaciones acaecidas a raíz de su destitución.

Sin embargo, el análisis posterior demuestra que, si bien existían esos indicios, las razones de la movilización pasaron más por las formas de ultraje e indignación política en las que bajo la consideración de una destitución ilegítima atentaban más allá del alcalde contra las bases de la democracia. Tanto es así, que aquellos medios que no se movilizaban dan razones de independencia política y dedicación comunitaria, mientras que aquellos que sí lo hicieron (aun a pesar de las “decepciones” que la administración de Petro ha suscitado en el sector), fue bajo la consideración de que la decisión del procurador es antidemocrática.

Puede concluirse, por tanto, que existe una vinculación fuerte entre la indignación política, el ultraje y la injusticia moral y el apoyo a las movilizaciones.

No se encontró, por otro lado, relación alguna entre el tipo de medio o las formas de propiedad y el apoyo suscrito a las movilizaciones, pues tanto radios como periódicos, escuelas o webs formaron parte de ellas, ya sea desde formas de propiedad privada,

¹³ Ni del Estado, ni del mercado

fundaciones o comunidades reales. Tampoco puede establecerse correspondencia entre el tipo de comunidades representadas y el apoyo.

Por la parte de las correlaciones positivas, aún sin tomarlo de manera categórica, sí que caben ciertas acotaciones:

-Los medios cuya ubicación/difusión se da entre las poblaciones del norte, sufren mayor pasividad ante la situación política bogotana

-Existe una relación aparente entre antigüedad (medios con fuerte carácter histórico) y politización del medio y, por tanto, apoyo a las movilizaciones (entendible, quizá, en la asunción de procesos de indignación moral, retomada desde una perspectiva holística

temporal y, por tanto, más crítica)

-Existe cierta correlación entre la vinculación de la comunidad al desarrollo del medio y su accionar en las movilizaciones. Las comunidades con mayor implicación fomentaron una participación más política

Y a pesar de todo, esta es tan solo una parte de la historia, cartografía y muestra de un instante: aquella que se cuestiona cómo y por qué se mueven los medios comunitarios. Resultaría realmente esperanzador creer que dichas razones y supuestos se aplican a cualquier categorización política. Que la sociedad se mueve en la pulsión de sus propias pasiones. Y sin embargo, el epílogo de este pleito no deja más que alargadas sombras.¹⁴

►Referencias Bibliográficas

■ Acero, Carlos (2009). *Historia de la Radio Comunitaria en Bogotá*. Ediciones Desde Abajo.

■ Arendt, Hannah (1993). *La condición humana*. Barcelona: Paidós.

■ Aricó, José (2010). *Marx y América Latina*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

■ Caletti, Sergio (2007). Repensar el espacio de lo público. *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación*, 123, 195-252.

■ Camacho, Carlos (2010). Política pública: pontífices en camino de democratizar la comunicación para democratizar la sociedad. En Alfonso Gumucio, y Karina Herrera (Coords.) *Políticas y legislación para la radio local en América Latina*. La Paz: Plural.

■ Cammaerts, Bart (2012). Protest logics and the mediation opportunity structure. *European Journal of Communication*, 27 (2), 117-134.

■ Cimadevilla, Gustavo (2004). *Domínios. Crítica a la razón intervencionista, la comunicación y el desarrollo sustentable*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

■ Consejo de Bogotá (2012). *Plan de Desarrollo Económico, Social, Ambiental y de Obras Públicas para Bogotá D.C. 2012-2016, Bogotá Humana*. Bogotá: Consejo de Bogotá.

■ De Certeau, Michel (1996). *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer* (Vol. 1). México: Universidad Iberoamericana.

■ Del Valle, Carlos del (2013). La participación como mediación en el desarrollo social y público: tensiones y convergencias entre discurso y materialidad. En Francisco Sierra (Coord.) *Ciudadanía, Tecnología y Cultura. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*. Barcelona: Gedisa.

■ El'Gazi, Jeanine (2010). La radio comunitaria y ciudadana en Colombia. Dos décadas de experiencias y aprendizajes, el diálogo entre demandas ciudadanas y legislación estatal. En Alfonso Gumucio, y Karina Herrera (Coords.) *Políticas y legislación para la radio local en América Latina*. La Paz: Plural.

■ Geerts, Andrés, y Van Oeyen, Víctor (2001). *La radio popular frente al nuevo siglo. Estudio de vigencia e incidencia*. Quito: ALER.

■ Gould, Deborah (2004). *Passionate*

Political Processes: Bringing Emotions Back into the Study of Social Movements. En Jeff Goodwin, y James Jasper (Eds.) *Rethinking Social Movements: Structure, Meaning and Emotion*. Lanham: Rowman & Littlefield.

■ Gravente, Tommaso, y Poma, Alice (2013). Apropiación y emociones. Una propuesta teórica desde abajo para analizar las prácticas del Net Activismo. En Francisco Sierra, (Coord.) *Ciudadanía, Tecnología y Cultura. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*. Barcelona: Gedisa.

■ Haesbert, Rogério (2004). *Dos múltiplos territórios á multiterritorialidade*. Porto Alegre: Universidade Federal Fluminense.

■ Holloway, John (2009). Teoría Volcánica. En John Holloway, Fernando Matamoros, y Sergio Tischler. *Pensar a contrapelo: Movimientos sociales y reflexión crítica*. Puebla: Bajo Tierra Ediciones.

■ Jasper, James (2011). Emotion and Social Movements: Twenty Years of Theory and Research. *Annual Review of Sociology*, 37, pp. 285-303.

¹⁴ El 19 de marzo de 2014 el presidente Juan Manuel Santos puso punto y final a este proceso, ante lo ojos atónitos de un pueblo colombiano que mira cansado los fallidos resultados de su lucha, negándose a aceptar la resolución de la CIDH que apoyaba al ahora depuesto burgomaestre. Así pues Gustavo Petro, el único alcalde de izquierdas que ha tenido Bogotá, fue destituido e inhabilitado durante 15 años para ejercer cualquier cargo de representación pública. Con esta resolución del conflicto se intenta evitar, además, que los ciudadanos sean los que decidan a través de un referéndum (en principio planeado el día 6 de abril de 2014).

Referencias Bibliográficas

- — (1998). The emotions of protest: affective and reactive emotions in and around social movements. *Sociological Forum*, 13, 397-424.
- Larrain, P. (Director) (2012). *No* [película]. Chile-México-EUU: Fabula production-Participant Media-Funny Balloons
- Martín-Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Ministerio de Comunicaciones (1995). *Una nueva radio para Colombia*. Bogotá: Ministerio de Comunicaciones.
- Pereira, José Miguel, y Cadavid, Amparo (Eds.) (2011). *Comunicación, desarrollo y cambio social. Relaciones entre comunicación movimientos ciudadanos y medios*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Rodríguez, Clemencia (Ed.) (2008). *Lo que le vamos quitando a la guerra, medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Tible, Jean (2010). *Lutas cosmopolíticas: Marx e América Indígena (Yanomami)*. *Lugar comum*, 30.
- Winner, Langdon (1997). *Los Mitos Ciberlibertarios y sus Prospectos para la Comunidad*. New York: Rensselaer Institute.
- Zibechi, Raul (2008). *Territorios en resistencia. Cartografía política de las periferias urbanas latinoamericanas*. Buenos Aires: Lavaca Editores .
- Zizek, Slavoj (2010). *En defensa de la intolerancia*. Madrid: Público.

NOTAS BIOGRÁFICAS

Juan Ramos Martín es doctorando e investigador de la Universidad de Salamanca. Su trabajo se centra en la comunicación para el cambio social, las políticas públicas de comunicación y la teoría crítica. Ha colaborado con diferentes universidades y medios de comunicación comunitaria de América Latina, especialmente en Bolivia, donde ha desarrollado la mayor parte de su trabajo.

Contacto: jrm1404@gmail.com

Ava Mariana Gómez Daza es socióloga y comunicadora, con Máster en Estudios Latinoamericanos. Actualmente es investigadora de la Universidad de Salamanca, adscrita al Doctorado en Ciencia Política. Centra su investigación en el análisis de las políticas públicas de comunicación en América Latina. Ha colaborado con diferentes Universidades en Colombia y España, además de trabajar con reconocidos grupos de investigación de los dos países.

Contacto: avagomez@usal.es