

## CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS Y ALTERNATIVOS DE BOGOTÁ – COLOMBIA

### CHARACTERISTICS OF THE COMMUNITY AND ALTERNATIVE MEDIA FROM BOGOTA, COLOMBIA

Juan Camilo Chacón\*

#### RESUMEN

En el artículo se caracteriza a los medios comunitarios y alternativos de Bogotá-Colombia, con base en el estudio adelantado en las localidades de Suba y Chapinero de la capital colombiana. En el proceso se logró descifrar algunas de sus estrategias comunicativas, así como su incidencia en la comunicación para el desarrollo y el cambio social. El artículo es uno de los productos de la investigación “Nociones de periodismo en los medios alternativos y comunitarios de Bogotá” en la cual participó el autor.

**Palabras clave:** comunicación alternativa, comunicación comunitaria, medios alternativos, medios comunitarios, periodismo, comunicación para el desarrollo, comunicación para el cambio social, comunicación participativa y ciudadana.

**Recibido:** Octubre 20 de 2015

**Aceptado:** Noviembre 9 de 2015

#### SUMMARY

In the article, the community and alternative media of Bogota-Colombia are characterized, based on the advance study in the localities of Suba and Chapinero of the Colombian capital. In the process it was possible to decipher some of its communicative strategies as well as its incidence in communication for development and social change. The article is one of the products of the research “Notions of journalism in alternative and community media in Bogotá” in which the author participated.

**Keywords:** Alternative communication, community communication, alternative media, community media, journalism, communication for development, communication for social change, participatory communication and citizenship.

**Received:** October 20, 2015

**Accepted:** November 9, 2015

ENERO - JUNIO 2016

\*\*Comunicador Social (c), Magíster en Educación, Docente investigador de la Fundación Universitaria Los Libertadores.

Email: [jchaconc@libertadores.edu.co](mailto:jchaconc@libertadores.edu.co)

## Introducción

Los medios alternativos y comunitarios han establecido escenarios de reivindicación cultural e identitaria para las comunidades de todo el globo terráqueo; sus dinámicas contestatarias y transformadoras abogan por intereses particulares de colectivos de sujetos que dan vida, por medio de matices, a la sociedad. Diferenciándose de los procesos y estructuras dominantes y homogenizantes de los medios masivos de comunicación, estos medios representan una posibilidad y oportunidad para la pluriculturalidad y multiétnicidad en el territorio colombiano, específicamente en el contexto metropolitano que cubre la ciudad de Bogotá.

Instaurándose como medios que reflejan una intermediación entre una realidad fracturada de los sujetos, la sociedad y las instituciones estatales, estos medios ejercen lógicas frente a un periodismo que se constituye con tintes propios de cada comunidad y territorio, dando una concepción multifacética al distrito capital. En este sentido, el ejercicio periodístico se entremezcla con las concepciones de comunicación participativa, comunicación para el desarrollo y comunicación para el cambio social, lo que establece que este oficio presenta unas particularidades y estrategias diferentes a otros escenarios, lo cual se determina por unas lógicas y necesidades culturales y sociales de las comunidades en las distintas localidades de Bogotá [1].

En ese marco, Bogotá – metrópoli en constante diversificación y masificación- recrea los medios alternativos como elementos fundamentales para las distintas comunidades en su caminar hacia una autodeterminación, apoyados por la emancipación del ejercicio ciudadano. Ante esta edificación social y cultural, se configura la importancia del periodismo en espacios alternativos y comunitarios, brotando una necesidad de vislumbrar el funcionamiento de estos medios de comunicación para tejer redes y estrategias frente a las necesidades y posibilidades que emergen en las comunidades.

Trabajos previos, como el realizado por la Secretaría de Gobierno de la Alcaldía Mayor de Bogotá (2012) describe criterios para la promoción de redes de comunicación alternativa y medios en la capital. Otro trabajo

similar es el de la Secretaría de Desarrollo de la Alcaldía Mayor Distrital y la Fundación Nexos, el cual evidencia la construcción de estos tipos de medios como respuesta a unas necesidades sociales, culturales, económicas y políticas, donde se estructuran estrategias desde el ámbito de la comunicación para lograr una cohesión e integración social, apoyando el crecimiento de dinámicas comunitarias dentro de los contextos determinados por las distintas localidades que comprenden la capital.

Este tipo de trabajos logran destacar alrededor de 240 medios alternativos y comunitarios, segregados en medios sonoros, audiovisuales, impresos y relacionados con las TICS (Tecnologías de la información y la comunicación). Allí, se establecieron unas percepciones teóricas y conceptuales alrededor de la comunicación comunitaria; sin embargo, estas iniciativas investigativas no determinan la edificación del papel y oficio del periodismo y su responsabilidad social en el distrito capital, ya que estos estudios pretenden referenciar una categorización cuantitativa del quehacer de los medios, pero no analizan la concepción de estas categorías de estudio desde la práctica y su inserción en las necesidades de las diferentes comunidades y escenarios territoriales. Rodríguez (2006) descifra una caracterización conceptual de los medios comunitarios, lo cuales tienen un estrecho vínculo con el papel ciudadano de los sujetos en la sociedad. Los medios comunitarios en Colombia siempre se develan ante un referente constante que son los medios masivos, los cuales estipulan dinámicas verticales y homogenizantes, contrario a los medios comunitarios que son horizontales y contestatarios a las estructuras sociales y políticas.

Desde otro punto, en un ámbito latinoamericano y mundial se pueden establecer múltiples trabajos investigativos frente a la comunicación alternativa y comunitaria, donde se pueden destacar entre otras las reflexiones sobre las dinámicas de los medios alternativos en cuanto a su producción y su acercamiento al medio ciudadano por Atton (2003); el análisis alrededor de la radio indígena por Cuesta (2012); los estudios de caso de los periodistas en los ámbitos alternativos y comunitarios en las plataformas Web por Carpenter, Nah y Chung (2013); y las concepciones y distinciones de

comunicación popular, alternativa y comunitaria que hace Cicilia Peruzzo (2008).

Retomando el contexto colombiano y capitalino, referenciando el trabajo académico establecido por grupos de investigación en Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación –SNCTI-en 2013, se puede afirmar que se encuentran 11 grupos de investigación reconocidos, sin embargo, en su producción científica, no hay una preocupación por abordar las nociones de periodismo en los medios comunitarios y alternativos de Bogotá.

Como se puede observar, estos antecedentes, por un lado, describen y ubican a los medios alternativos y la comunicación alternativa en Bogotá, presentando especificaciones teóricas que guían sus usos y prácticas; por otro lado, establecen lineamientos a la edificación del periodismo en escenarios alternativos y comunitarios en otras latitudes. Sin embargo, ninguno analiza las nociones de periodismo que configuran a los medios alternativos en el contexto singular de Bogotá como metrópoli, lo cual es necesario para entender la dinámica de producción y, sobre todo, la intencionalidad de los sujetos que matizan la multiplicidad de comunidades en la capital a través de estos escenarios.

## 1. Lineamientos teóricos y conceptuales

### 1.1 Comunicación alternativa, comunitaria y el papel del periodismo

La **comunicación alternativa** representa una discrepancia y oposición a la comunicación representada por medios y dinámicas dominantes, hegemónicas, homogenizantes y masivas. Esta vertiente relata una pretensión por cimentar contextos de expresión alternos a los lineamientos represivos de las culturas dominantes, donde se halle caminos hacia una diversidad en pro de la autodeterminación de las comunidades dentro de una perspectiva popular, en palabras de Cicilia Perruzo, esta vertiente está:

Constituida por iniciativas populares (del pueblo) en el contexto de localidades, barrios, comunidades (presenciales o virtuales), movimientos sociales y

organizaciones civiles congéneres sin fines lucrativos. Surgen para suplir necesidades de expresión de segmentos de las clases subalternas en sus luchas por el establecimiento de la justicia social. Construyen otra comunicación, que se distingue de la producida por los medios de comunicación de masas comerciales por los contenidos difundidos, los formatos, los sistemas de gestión y/o por la participación de la población y el compromiso con el interés público (Peruzzo, 2013:121).

Desde esta óptica, la concepción de comunicación alternativa estaría ligada a entramados comunitarios que retratan una complejidad de relaciones entre sujetos pertenecientes a diversos colectivos y comunidades, lo cual genera pulsiones en la necesidad de potenciar mecanismos de participación frente a las realidades y problemáticas que transversalizan la cotidianidad de dichas esferas públicas y populares, estos procesos dan vida a una comunicación comunitaria que se construye alrededor del "ámbito de movimientos sociales populares y comunidades de diferentes tipos, tanto las de base geográfica, como aquellas marcadas por otros tipos de afinidades. No tiene fines lucrativos y su carácter es educativo, cultural y movilizador. Se caracteriza por la participación activa horizontal (en la producción, en la emisión y en la recepción de contenidos) del ciudadano, lo que la vuelve un canal de comunicación perteneciente a la comunidad o al movimiento social; por lo tanto, debe someterse a sus demandas" (Peruzzo, 2013:121).

Estos puntos comunes revisten a los sujetos posibilidades políticas para caracterizar las diversas comunidades que hacen uso de la comunicación alternativa y comunitaria, brindan elementos que constituyen a los integrantes de una comunidad en ciudadanos, personas preocupadas por generar poder en las relaciones cotidianas que establecen, con el fin de transformar su entorno y comunidad de acuerdo a su perspectiva de futuro (Mouffe citada por Rodríguez, 2013).

Es así que los medios inmersos en estos campos de la comunicación son determinadamente ciudadanos, los cuales generan un empoderamiento de las comunidades frente

a su contexto y las formas expresivas de mediatización, establecen sistemas simbólicos particulares y singulares que fragmentan las dinámicas de poder en propuestas horizontales de comunicación, permitiendo un diálogo permanente entre los sujetos de una comunidad y las distintas comunidades entre sí, dando lugar a identidades y memorias individuales y colectivas fabricadas en el reconocimiento del otro, ese encuentro de identidades a través de la alteridad que fomenta un pluralismo agónico o un continuo disenso ante las diversas realidades ocultas por las instituciones e ideologías dominantes.

Este horizonte plantea una multiplicidad y complejidad comunicativa dependiendo del contexto para dar lugar a la comunicación en términos alternativos, comunitarios y ciudadanos, se develan herramientas y procesos de interacción a través de los medios, donde las nociones de periodismo se ven trastocadas de acuerdo a las necesidades de los sujetos. Allí, el periodismo se convierte en un ejercicio clave para dinamizar las necesidades culturales y sociales en una plataforma comunicativa, como lo es la radio en Bogotá, es un oficio donde “la posesión de la información es una gran riqueza, no solo intelectual y material sino política” (Cuesta, 2012), permite que el ejercicio de informar determine en los sujetos capacidades analíticas y reflexivas para deconstruir una realidad fragmentada, con el fin de instaurar una opinión pública que determine criterios ante los fenómenos sociales, políticos, culturales y económicos. Entonces, a través del periodismo, los medios actúan como “agentes de legitimación de la representatividad popular, por las nuevas adhesiones que pueden obtener para la opinión pública. Y, al mismo tiempo, constituyen un agente para la difusión de los temas gubernamentales, ellos repercute en la toma de postura de cualquier ciudadano ante los mismos” (Cuesta, 2012).

En consecuencia, se arma un red de relaciones entre comunidades, sujetos e instituciones a través del periodismo y sus formas expresivas y discursivas, este ejercicio investigativo ayuda a delimitar la realidad para promover la mediación entre sujeto y entorno, trabajo de referenciación determinado por Ignacio Ramonet en la triada de “acontecimiento, el intermediario y el ciudadano. El acontecimiento

era transmitido por el intermediario, es decir, el periodista que lo filtraba, lo analizaba, lo contextualizaba y lo hacía repercutir sobre el ciudadano” (Ramonet, 1999).

En el marco de los propósitos de la comunicación alternativa y comunitaria, el periodismo es una herramienta de expresión, matizada por comunidades, necesidades y oportunidades dentro de la función del ejercicio ciudadano, posibilitando el intercambio dialéctico de experiencias cotidianas, aspiraciones y percepciones del mundo.

En el contexto capitalino de Bogotá, las comunidades de la ciudad comprenden una pluralidad de escenarios alternativos y comunitarios en el ámbito mediático, donde se determinan cerca de 240 medios comunitarios, según la Alcaldía Mayor de Bogotá (Secretaría de Gobierno, Alcaldía Mayor de Bogotá, 2011). Estos espacios, clasificados por lógicas de producción (Radio, prensa, televisión, Tics), hacen uso de las herramientas periodísticas para incentivar una comunicación participativa, mutable, en constante cambio e hibridación, la cual “no puede ser fácilmente definida porque no puede considerarse un modelo unificado de comunicación.

El entusiasmo por las etiquetas y por las definiciones sintéticas sólo podría contribuir a congelar un movimiento de la comunicación que todavía está tomando forma y que es más valioso precisamente por su diversidad y su desenvolvura. La palabra “participación” es caleidoscópica; cambia de color y de forma según la voluntad de las manos que la sostienen. Las experiencias de comunicación participativa para el cambio social son tan diversas como los ámbitos culturales y geográficos donde se desarrollan.” (Gumucio, 2001).

### **1.2. Comunicación para el desarrollo y el cambio social, constitución de propuestas comunitarias y alternativas**

Los medios alternativos y comunitarios, en sintonía con el periodismo crean una agenda mediática de participación e identificación de lenguajes propios de los sujetos pertenecientes a las comunidades de Bogotá, son “utilizados directamente por movimientos sociales con

objetivos de informar, movilizar y facilitar la organización de sus activistas en pos de una agenda específica de cambio social" (Rodríguez, 2010:4); en otras palabras, son medios considerados contra-hegemónicos, que buscan una transformación social, una comunicación para el desarrollo y el cambio social que contrarreste las posiciones unidimensionales de las problemáticas colombianas, como por ejemplo el conflicto armado interno, y analicen los fenómenos sociales y culturales de los distintos grupos y sujetos que convergen en la capital, que varían entre comunidades indígenas, víctimas de la violencia del conflicto, asociaciones de género y juveniles, tribus urbanas, etc., los cuales también están sujetos a estratificaciones sociales y económicas que determina las 20 localidades de Bogotá; de allí que surja la necesidad de abordar las distintas perspectivas que plantea la ciudad a través de cada una de las comunidades y sus sujetos, los cuáles son invisibilizadas, por su diversidad, en los medios nacionales privados hegemónicos que obedecen a demandas del sistema económico, como lo descifra Ancízar Narváez (2013) en su análisis del capitalismo cultural a partir de la instauración de los monopolios mediáticos en Colombia.

En concordancia, estos medios y la visión que plantea la comunicación alternativa y comunitaria, trazan lineamientos que comprenden el campo de la comunicación para el cambio social, donde, a través de propuestas de reconocimiento y validación del otro con sus particularidades, se propende por coadyuvar en procesos de movilización y reivindicación de las luchas sociales, lo cual recalca que "la sostenibilidad de los cambios sociales es más segura cuando los individuos y las comunidades afectadas se apropian del proceso y de los contenidos comunicacionales (...) las comunidades deben ser agentes de su propio cambio y gestoras de su propia comunicación"(Gumucio, 2011).

Así, en un contexto participativo, el cambio social es una estrategia y perspectiva ideológica que alimenta una concepción de la comunicación para el desarrollo alejada de los preceptos desarrollistas capitalistas y neoliberales, en línea con la alternatividad de los medios. Alfonso Gumucio ejemplificando en un contexto rural, que se puede transpolar

a uno urbano, comenta que los medios comunitarios nacen en este campo como:

Una tecnología apropiada, que pudiera ser asumida por el campesino pobre, y planteaba la necesidad de establecer flujos de intercambio de conocimiento e información entre las comunidades rurales y los técnicos y expertos institucionales, en lugar de asumir que la solución era una transferencia unidireccional de conocimientos. La comunicación para el desarrollo, además de valorar el conocimiento local, entendía la necesidad de respetar las formas tradicionales de organización social y fortalecerlas, para contar con un interlocutor válido y representativo. Otro aspecto distintivo de la comunicación para el desarrollo es el énfasis en la capacitación en técnicas de comunicación de los agentes de cambio y la producción de materiales apropiados para el contexto cultural" (Gumucio, 2011).

Este escenario ayuda a determinar los propósitos de estos medios, sus prácticas y lógicas, las cuales dimensionan, de acuerdo a su contexto, las nociones del periodismo en un terreno comunitario, el cual es ejercido por ciudadanos de diferentes profesiones, oficios y roles, que mediante experiencias comunicativas se convierten en voceros de la comunidad en pro del bien colectivo por medio de expresiones populares de manera horizontal con decisiones colegiadas. En este orden,

ANO 8 / ENERO - JUNIO 2016

"en este tipo de periodismo, la línea editorial no la fija un director, ni la agenda mediática se establece a la luz de los intereses del medio, sino que los ciudadanos, en calidad de periodistas comunitarios, escogen las noticias y las dan a conocer al resto de la comunidad; dicho de otro modo, no tienen que esperar a conocer cuáles son las noticias que sobrevivieron al filtro de los medios y les fueron impuestas" (Ureña, 2014: 6).

Entonces, otorgando un norte geográfico e histórico a este acopio investigativo, en busca de un empoderamiento de sus prácticas sociales por parte de las comunidades latinoamericanas, a nivel comunicacional se busca fomentar un campo de comunicación para el desarrollo que atienda las lógicas opresoras de modelos hegemónicos del continente latinoamericano

(retratado en la perspectiva teórica de la dependencia), donde se quiere buscar alternativas a esas causas del supuestamente llamado subdesarrollo en estos países. Es así, que los brotes de comunicación popular, alternativa y comunitaria germinan en el seno de los movimientos latinoamericanos en las décadas de los 40 a los 70, se instauran como plataformas de reivindicación de derechos frente a la instauración de lógicas totalitarias de las dictaduras impuestas (Peruzzo, 2008). Se busca una autonomía mediática que rescate los elementos autóctonos de las culturas latinoamericanas; es así que Luis Ramiro Beltrán (Citado por Hernández, 2001: 21) recalca que

“la década de los setenta, plantea la importancia de los sistemas y medios de comunicación autóctonos, los cuales estudia mediante la aplicación del concepto folkcomunicacionales; a través de este se analiza la cultura popular, las formas comunicacionales de los pueblos y la comunicación de masas. Estos elementos vistos en conjunto, de acuerdo con Beltrán, dan origen a procesos folkcomunicacionales “ [2].

Entonces, una ideología de resistencia abona la aparición de estos medios frente a otras concepciones de desarrollo cimentadas en las necesidades de las comunidades y su diversidad, ante un paradigma comunicacional avasallador, hegemónico y homogenizante, Ricardo Oliveira (2011:321) establece que:

Para o caso das mídias alternativas, surge no bojo dos movimentos e ações que encontram nos recursos e suportes midiáticos importantes suportes para desenvolvimento de novas expressões e alianças político-sociais entre Estado, democracia, terceiro setor, sociedade civil e grupos ideologicamente minoritários. Elaboram, assim, novos modos de representação contra-hegemônicos, acenando para a promoção de políticas públicas para inclusão social.

Consecuentemente, estas lógicas y prácticas en el territorio colombiano, más exactamente en Bogotá, se recrean a partir de la aparición de Radio Sutatenza, proyecto del padre Salcedo que pertenecía a la Acción Cultural Popular – ACPO-, la cual nace en Boyacá en 1947, pero

abre sus lógicas de radio educativa en Bogotá en 1968 (Gumucio, 2001). Por otra parte, se puede destacar el Teatro Kerigma, que se estableció en la localidad de Bosa, Usaquén, Ciudad Bolívar, Soacha y Kennedy en el año 1978 (Mora, 2014).

A la luz de este acervo y esquema conceptual e histórico, hasta aquí se puede evidenciar un armazón teórico en el que se fusionan varios campos de la comunicación a través de puntos y elementos oportunos y coyunturales, los cuales ofrecen procesos de instauración de los medios alternativos y comunitarios en Latinoamérica y Colombia, repertorio que los fundamenta como una opción primordial de conservación cultural de los sujetos valiéndose de la tradición popular y cultural para encontrar expresiones particulares.

Bajo este aparataje y estructura conceptual, se pueden analizar las propuestas mediáticas comunitarias y alternativas de Bogotá, contexto que cimienta una diversidad de cosmovisiones que abogan por la visibilización de ópticas segregadas y discriminadas en la homogenización y universalización de los medios masivos. Estos procesos y escenarios abordan periodísticamente contenidos específicos relacionados con las dinámicas territoriales, tales como medio ambiente, comercio, educación, empleo, vivienda, derechos y deberes, entre otros; sin embargo, dichas nociones periodísticas no son claramente delimitadas, por ello la necesidad de develarlas en esta investigación y descubrir allí perspectivas del periodismo que son matizadas por los campos aquí resueltos y las condiciones particulares de las comunidades de Bogotá.

## 2. Metodología

Con el fin de poder develar las nociones de periodismo de los medios alternativos y comunitarios de Bogotá, a partir de las perspectivas teóricas expuestas, el corte de esta investigación se definió a partir de un enfoque cualitativo, el cual permitió segmentar el objeto de análisis (los medios alternativos y comunitarios) y describir sus cualidades para descifrar las repercusiones en el contexto capitalino.

Para establecer el corpus metodológico, se delimitó dos propuestas de medios de comunicación alternativa y comunitaria por tipo de producción, radio, prensa y Tics, de dos localidades de Bogotá, Suba y Chapinero. Así, se procedió a analizar las siguientes propuestas:

Medios de comunicación alternativa y comunitaria	
La Ciudad en Voz de Mujeres	Suba Al Aire (radio)
Alza la Voz	Suba al Aire (radio)
Vocero 25	Localidad de Suba (prensa)
El Periódico de las Mujeres	Localidad de Chapinero (prensa)
Revista Virtual Arte y Parte	localidad de Suba (Tics)
Portal Barrios Bogotá	Localidad de Chapinero (Tics)

Bajo este corpus u objetos de estudio, se establecieron herramientas y técnicas de orden cualitativo para conseguir o alcanzar varios tipos de análisis. En primer lugar, un análisis de orden pragmático y empírico de las prácticas periodísticas en el campo de acción, esto por medio de una observación directa sistematizada por bitácoras, allí se realizaron dos sesiones de seguimiento por medio. En segunda instancia, se buscó hacer un análisis ontológico frente a la constatación del rol periodístico y comunicacional de los sujetos que hacen parte de estos medios, allí se utilizaró como herramienta la entrevista semi-estructurada. Por último, se constituyó un observatorio de medios a través de fichas para analizar la estructura de los mensajes o productos mediáticos, con el fin de identificar géneros y formatos.

En el proceso investigativo se trabajó en relación a cinco fases metodológicas, las cuales permitieron una organización secuencial del enfoque y la aplicación de técnicas y herramientas. A continuación se nombran estas fases. Primera: revisión documental [3], Segunda: observación directa [4] , Tercera: entrevistas semi-estructuradas [5], Cuarta: ficha de análisis [6] Quinta: recopilación, sistematización y análisis [7].

### 3. Resultados y análisis

#### 3.1 Tics, medios Revista Virtual Arte y Parte, Portal Barrios Bogotá

El panorama mediático en la era de las tecnologías de la información y la comunicación ha tenido una gran conversión de propuestas comunicativas, las plataformas informáticas en nuestra época contemporánea han retratado un auge sistemático de la sociedad de la información, donde los sujetos logran establecer la gran importancia de estar constantemente interconectado a través de esa autopista mediática a la que llamamos internet.

Con el constante acercamiento de las opciones informáticas a los sujetos y las comunidades, el dominio tecnológico y de contenido en la transmisión de mensajes dejo de ser incisivamente de los grandes monopolios. En Latinoamérica y Colombia, las redes informáticas significaron la apertura de escenarios que no se concebían espacialmente, lo que propició un re-organamiento geoeconómico y unipolar. Sin embargo, como respuesta, las mismas lógicas comunicativas de esta sociedad de la información crean nuevos espacios de opinión y reflexión más allá de los discursos hegemónicos, donde se puede configurar un mundo de mediaciones. (Mattelart, 2001).

Oportunidades se empiezan a crear para las comunidades, a germinar posibilidades mediáticas de fácil acceso a estas mismas, las Tics permiten una mayor facilidad de construcción de estrategias comunicativas donde el poder local puede ser proyectado a contextos globales, gracias al resquebrajamiento de las barreras virtuales que significa la globalización de la información, esto por medio de la virtualidad.

Es así que la revolución tecnológica, propende por una sociedad del conocimiento y la adquisición de competencias alrededor de ella, las plataformas digitales establecen medios alternativos y comunitarios de participación e interacción, donde, dependiendo de su utilización, estos espacios se convierten en medios ciudadanos de expresión.

Estos escenarios se compenetran con un ejercicio periodístico guiado a la incentivación de la ciudadanía como eje articulador de lo comunitario y lo alternativo, en el que “las personas antiguamente conocidas como la audiencia utilizan las herramientas periodísticas que tienen a su alcance para informarse unos a otros, eso es Periodismo Ciudadano” (Jay Rosen citado por Espiritusanto, 2011:10).

Desde otro punto, el ciberespacio establece herramientas para promover la participación en páginas, portales, blogs, redes sociales, etc., que vinculan a los sujetos con el papel de ciudadanos en un periodismo “hiperlocal”, allí se estipulan dinámicas donde “sitios de noticias en línea que invitan a los residentes locales, a los vecinos de una determinada comunidad a contribuir con información sobre temas que los periódicos convencionales tienden a ignorar” (Espiritusanto, 2011:25).

Este ámbito destaca la necesidad de analizar este tipo de medios dentro de la línea de la alternatividad y lo comunitario. De acuerdo al corpus metodológico, se escogieron la Revista Virtual Arte y Parte, de la localidad de Suba, y el Portal Barrios Bogotá, de la localidad de Chapinero.

Se utilizó la tabla de Bailey, Cammaerts y Carpentier, la cual otorga una serie de categorías de análisis que estipulan el accionar de los medios alternativos.

**Tabla 2.**  
(Bailey y otros, 2007: 19,  
citado por Meléndez, 2015:8).

<b>Dominio</b>	Ejemplos
<b>Motivo o propósito</b>	• Rechazo de motivos comerciales
	• Afirmación del ser humano, fines culturales, educativos, étnicos
	• Oponerse a la estructura de poder y su comportamiento
<b>Fuentes de financiación</b>	• Crear apoyo, solidaridad y trabajo en red
	• Rechazo de las subvenciones municipales o estatales
<b>Regulación</b>	• Rechazo de ingresos publicitarios
	• Supervisado por distintas instituciones
	• Independiente / 'gratis'
	• Rompe las reglas aunque raramente todas ellas en todos los aspectos

<b>Estructura organizativa</b>	• Organización horizontal
	• Permite la participación 'total'
	• Democratización de la comunicación
<b>Crítica a las prácticas profesionales</b>	• Fomenta el compromiso voluntario
	• Acceso y participación para los no profesionales
<b>Contenido del mensaje</b>	• Diferentes criterios para la selección de noticias
	• Suplir o contradecir los discursos o representaciones dominantes
<b>Relación con la audiencia y/o consumidores</b>	• Expresar una visión alternativa a las políticas prioridades y perspectivas hegemónicas
	• Grado de control del usuario/ consumidor
	• Permitir que las necesidades y objetivos de las audiencias / consumidores sean articulados por ellos mismos
<b>Composición de la audiencia</b>	• Democratización de la comunicación
	• Jóvenes, mujeres, población rural
<b>Rango de difusión</b>	• Diversidad y multiplicidad
	Local en lugar de regional o nacional

Con estas directrices de análisis y reflexión, en primera instancia se puede establecer que estos medios obedecen a la lógica digital de interconexión mediante un trabajo que se vincula a la Red Distrital de Comunicación Comunitaria y Alternativa de Bogotá, aspecto que deja entre ver su compromiso con la ciudad y los barrios de las localidades correspondientes, con el objetivo de abordar temáticas específicas en los círculos sociales, culturales, económicos y políticos que atañen a las diferentes comunidades, elementos que no se proyectan de manera singular en los medios masivos de comunicación.

Considerados como espacios independientes, estos medios poseen un pensamiento sin ánimo de lucro a través del fomento de un trabajo solidario y voluntario, robusteciendo el derecho a la información y el entretenimiento que tienen las comunidades, donde los sujetos de la audiencia toman la batuta frente a los contenidos que se dictan y las narrativas utilizadas. Entonces, buscan una alternatividad teniendo de referencia los medios masivos dominantes para poner un punto de contrapartida, tratando de romper los esquemas estipulados a partir de la instauración de historias y perspectivas

desde la comunidad hacia la comunidad, las formas expresivas y de contenido obedecen a las necesidades de interacción de los sujetos que coordinan los medios y los partícipes que hacen parte de esas cotidianidad de las localidades y la ciudad.

Entonces, la producción es conjunta, descifra relaciones entre prosumidores que constatan una visión de las problemáticas contextuales y una perspectiva de cómo abordarlas, cómo solucionarlas y cómo expresarlas.

El fomento hacia la innovación, la creatividad y la solidaridad retrata una comunicación para el desarrollo y el cambio social, ya que estas plataformas establecen poder de transformación mediante el empoderamiento que otorga los elementos multimediales y transmediales, se estructuran propuestas híbridas de interacción para encontrar una movilización social traducida en un plantón de exigencias sociales y políticas ante las administraciones locales, la cuales distan entre varias temáticas como tramitología, proyecto de inversión por parte de las distintas secretarías locales, creación de redes de comunicación, planes de acción del distrito, etc.

La **cohesión social** es un instrumento fundamental que utilizan estos medios para acercar a los ciudadanos con la política estatal y los miembros de una sociedad civil, es imperativo resaltar que se consideran como comunicadores populares y ciudadanos, que aunque tienen conocimientos profesionales frente al campo de la comunicación y el periodismo, sus roles son dependientes de las relaciones horizontales con el equipo de trabajo y la comunidad, proceso que tiene un efecto constructivo ante el dinamismo que poseen esta serie de espacios convergente, con perspectivas de disenso, ya que siempre están abiertos al debate.

El proceso de producción del blog Revista Virtual Arte y Parte, y el sitio [www. barriosdebogota.com](http://www.barriosdebogota.com) tienen una estructura organizacional la cual está matizada por sus fundadores. Estos medios son activados por sus progenitores, los cuales hacen de directores, periodistas, productores y editores de contenidos, como también de webmaster y community manager, sin embargo, Barriosdebogotá.com establece un equipo de tres periodistas. Esto devela la capacidad que tienen estas propuestas, insertadas en las lógicas digitales, de estar condicionadas a equipos de trabajo reducidos, la facilidad de entablar las plataformas digitales permite una producción rápida en la consecución de toma de decisiones y contenidos, como también la interacción virtual con la comunidad.



<http://www.barriosdebogota.com/#axzz4TPGKlaFX>

El correo electrónico, el espacio de comentarios de la plataforma y las redes sociales (Facebook, twitter y youtube) se convierten en un insumo valioso para establecer la agenda del medio, en este punto, los organizadores de estos, presentan los contenidos y las temáticas para generar flujos de información y opinión, Giovany Carmona (Fundador y director de la Revista Virtual Arte y Parte), manifiesta que:

“A veces hago fotoperiodismo y tengo mis propias publicaciones, hago videos y los pego en mi canal de youtube. No he querido hacer un streaming por youtube porque me parece complicado, entonces manejo solo el blog de youtube como desde el 2007”.

**ARTE Y PARTE**

INICIO LA REVISTA | SUSCRIPCIÓN | TIENDA | CONTACTO

**A** arte y parte, revista de arte moderno y contemporáneo, fue fundada en 1996 por Miguel Fernández Cid que fue su editor y director durante tres años antes de ceder el relevo, a partir del número 21, a Fernando Francés que como propietario y editor junto a Fernando Huici como director han sido los responsables de la revista hasta julio de 2012 en que, coincidiendo con la salida del número 100, fue adquirida por José María Lafuente manteniéndose como director Fernando Huici. Durante estos años Arte y parte se ha consolidado como una de las propuestas editoriales más firmes en relación a las artes plásticas.

Su cómodo formato tipo libro, el cuidado en la edición y el rigor con el que aborda los temas la convierten en un instrumento necesario para el seguimiento de las relaciones surgidas en torno al arte de nuestro tiempo y permite recorrer el panorama expostivo de España, Europa y América. La revista tiene una periodicidad bimestral publicándose seis números al año y dispone de una página web que ofrece como soporte y ayuda a la edición a la vez que facilita un conocimiento amplio de la publicación.

**Suscríbete a la revista:**

- Haz click [aquí](#)
- Números anteriores
- Haz click [aquí](#)

**VER CONTENIDOS DEL ÚLTIMO NÚMERO**

<http://arteyparte.com/>

Con una selección minuciosa, las temáticas son abordadas con elementos de referenciación de otras fuentes como noticias, columnas e informes, entre otros, a partir de allí establecen orientaciones informativas a nivel local y global. Por otra parte, para generar contenidos propios y poder contrastar diversas fuentes, practica periodística de comparación, estos sitios web recurren a una investigación cimentada en la reportería. Con estos contenidos, se tejen varios géneros y formatos que retratan la movilización social, además de la entrevista, el reportaje y la crónica son escenarios de dialéctica para evidenciar la pluralidad de las agrupaciones de la ciudad, entre las cuales están las culturas urbanas, colectivos barriales, comunidades indígenas, instituciones gubernamentales y asociaciones de distinta índole social y civil. Como canales de interacción y retroalimentación, se instauran las redes sociales, espacio de comentarios, la vía telefónica, formularios y encuestas. Añadiendo al repertorio mediático en la estructuración de contenidos, también utilizan en el género de opinión el artículo biográfico.

En un análisis de mensaje discursivo, se puede apreciar un lenguaje directo y sencillo que es apoyado en su mayoría por lo iconográfico, con una debida citación de fuentes y referencias geográficas. Con enfoque hipertextual, la navegación establece un enlace entre lead de la noticia establecida y la noticia completa, ocurre lo mismo con los demás formatos periodísticos. Para dar una pauta icónica que refuerce el texto alfabético, aparecen imágenes por texto. Los títulos dan prioridad para agendar públicamente al sujeto como protagonista sobre la sustancia de contenido, el contexto, en ese sentido, el tratamiento de la noticia se tiende a cargar o enmarcar con valores positivos al tema o sujeto protagonista.

Las narrativas hipertextuales, hipermediáticas e interactivas que ofrece ese tipo de medio son aprovechadas para optimizar la presentación de la información y fortalecer la relación con las audiencias. Se ofrecen espacios y dinámicas para que la audiencia realice una lectura activa, de manera que profundice la información a partir de la interacción con diversos formatos tanto internos como externos (Meléndez, 2015).

### 3.2 La prensa, medios Vocero 25 y El Periódico de las Mujeres

La prensa como medio base desde el siglo XVIII, ha venido siendo el referente para todo medio de comunicación posterior, aún hoy, siglo XXI, canales de Internet le toman como referente periodístico, que también lo ha sido de la radio y la televisión.



Por ello, el siglo XX ve la creación de imperios mediáticos en la prensa, personajes como William Randolph Hearst dominan el espacio norteamericano con sus periódicos y lo que es más categórico con el dominio de la llamada “opinión pública”. Desde el papel periódico se tejen los Estados y se crean las verdades que millones de personas van a repetir a los largo de los días, efímera conciencia de la actualidad, el periódico de ayer es historia, por lo tanto debe recrear continuamente su legado de noticias, con lo cual nace la presión por la chiva y lo banal.

La prensa alternativa nace y crece en este nicho de trabajo, sin embargo es contestataria de lo oficial, pero tiene enfrente los vicios de los periódicos de gran tiraje, de ese afán por el espectáculo, por hacer de un simple hecho un acontecimiento que otorgue ganancias; es clásico plantear que la existencia de la prensa va unida a la pauta publicitaria, lo cual establece el paradigma de la venta de opinión, mientras la prensa comunitaria alternativa no cae en ese solipsismo; Pilar Dulcey, directora del Periódico de las mujeres, y Hernán Padilla, de Asoprensa, expresan ante esto que:

“nosotros hemos venido trabajando esta clase de periodismo, el medio no es nada comercial porque no estamos trabajando por ello, estamos haciendo todo el tema de sensibilización y trabajo por el

tema de igualdad de oportunidades para las mujeres, ese es nuestro enfoque”.

Se es alternativo, si se tienen puntos de vista diferentes y se concibe la verdad como algo en construcción, como la necesidad de contrarrestar ideologías dominantes, y para ello se hace necesario crear desde una perspectiva diferente. Así lo expresa en una entrevista Laureano Monroy, director de Vocero 25, quien dice que su periódico

“trabaja con la comunidad, y es alternativo, porque trae noticias un poco críticas hacia el establecimiento”.



En principio, una de las características de esta prensa alternativa es su relación con el capital, mientras que los periódicos oficiales o hegemónicos nacen a partir de un gran flujo de capital, la prensa alternativa y comunitaria lucha por localizar un patrocinador que no pida vender la información, desde esta perspectiva **los periódicos analizados se sostienen** con vicisitudes ancladas en la necesidad económica para funcionar y producir, las cuales son solventadas por miembros de la comunidad cuyo único interés es la misma comunidad; por ello estas iniciativas mediáticas nacen desde juntas de acción comunal instauradas en las localidades, una perspectiva endógena que determinan los sujetos participes de colectivos preocupados por asuntos locales; la historia de Vocero 25 nace con su directo Laureano

Monroy, quien fue presidente de la junta de acción comunal de Suba, y desde acciones por la reivindicación de derechos frente a servicios básicos, observó la necesidad comunicativa de expresión de los sujetos de la comunidad.

Por otro lado, la producción en gran medida se realiza de una forma empírica, el trabajo por la comunidad viene de campos de frontera y de trabajadores comunitarios, por lo cual el apoyo de los profesionales de la comunicación muchas veces tiene que adaptarse a los intereses de comunidades en las cuales las visiones de necesidad y de información son invisibilizadas en los escenarios mediáticos masivos y la misma academia. Sin embargo, se encontró una masa crítica de comunicadores que al trabajar en los medios alternativos comprenden las lógicas comunitarias y realizan aportes muy valiosos a las dinámicas locales generando inserciones de su saber disciplinar para mejorar sustancialmente la información brindada.

Es así, como **Vocero 25 y el Periódico de las Mujeres** revisten múltiples producciones dentro de lógicas colectivas propias de las localidades. Por un lado, vocero 25 se preocupa por determinar las problemáticas de una localidad como Suba, una de las zonas con más densidad en Bogotá, lo que determina una gran complejidad para abordar las distintas comunidades; allí, este periódico trata de establecer fenómenos comunes frente a los distintos barrio que comprende la localidad, y desde allí, a través del reportaje, referencian múltiples miradas de las comunidades, un ejemplo de ello se puede referenciar entorno a los imaginarios de violencia que desata la delincuencia, donde se segrega a grupos de jóvenes pertenecientes a tribus urbanas como los raperos; entonces desde una óptica alterna, este medio procura determinar las visiones que tiene las distintas comunidades y colectivos para romper esos imaginarios y establecer un panorama más acertado de la problemática.

culturales y sociales, los grupos de barrio que hacen grafiti, danza, teatro o muchas formas de comunidad se encargan de darle al periódico un nicho de lectores críticos y constructivos.

La producción escrita comunitaria hace eco de los procesos y necesidades del entorno comunitario, y para ello aplica las diferentes técnicas periodísticas, con énfasis en los magazines y los programas de opinión para recolectar las perspectivas de los sujetos, los cuales son elaborados teniendo en cuenta que es la comunidad la que posee la verdad y que el lenguaje y los procesos deben dirigirse hacia ellos, por lo cual las entrevistas en calle son de primordial importancia: “claro que sí, el periódico hace cubrimiento, tenemos una reportera que está por todas las localidades del distrito cubriendo, acompañando”[9]. Además, estos medios establecen dinámicas investigativas direccionadas a la participación activa de las localidades de manera propositiva, donde:

“nosotros trabajamos mediante el proceso de investigación acción participante, somos líderes, hacemos investigación pero también generamos cambios y somos parte del cambio, somos agentes de cambios” [10].



Por otro lado, el **Periódico de las mujeres** potencia matices que dan vida a múltiples perspectivas y grupos, los cuales van desde los feministas hasta las expresiones culturales de colectivos anclados a la música (raperas, metaleras, salseras, etc.), deportes y víctimas del conflicto armado en Colombia, mujeres cabeza de hogar. Sin embargo, este medio tiene siempre un punto en común, un objetivo, un horizonte:

“nosotros estamos trabajando, primero en la visibilización de los derechos de las mujeres, que es el derecho a una vida libre de violencia, derecho a una educación con equidad, derecho a una cultura y una vida libre de sexismos, derecho a salud plena, derecho a un lenguaje incluyente. (...) el derecho a la participación y la representación. Yo trabajo con todo el tema de plan e igualdad de oportunidades” [8].

La opción de la internet en el mundo comunicativo, ha creado sinergias interesantes en los medios comunitarios, **Los Blogs y las Wikis**, han hecho que se facilite la forma de producir periódicos, aunque en lo local el medio físico es importante, tanto su producción y distribución, estas herramientas han facilitado dinámicas de participación con la comunidad y creación colectiva; en el estudio se observó cómo la integralidad de las formas culturales toma estas opciones para hacer parte de las denuncias y propuestas ante los fenómenos

Los contenidos de opinión y de apoyo a la misma crean contenidos con los cuales se entregan herramientas para el trabajo cultural y social en la comunidad, así en estos periódicos se busca apoyo de personas que

dominan espacios temáticos: “de resaltar que ha tenido columnistas tan importantes como Jorge Consuegra que siempre ha acompañado a Golpe de opinión” [11], con lo cual se crea una dinámica de aprendizaje directo a la comunidad.

En cuanto a los contenidos políticos, la prensa comunitaria se encuentra ante dilemas cruciales, allí el concepto de comunitario cobra su dimensión real; frente al claro sesgo de los periódicos oficiales, la prensa alternativa se juega su proceso por la educación comunitaria y la denuncia a las malas prácticas periodísticas del entorno comunicativo, los programas de opinión y los magazines plantean estos presupuestos con un ánimo educativo, pero a su vez existe la confrontación de ideas y el necesario planteamiento social surgido desde la posición en la cual se encuentran los ambientes locales; con este panorama, la prensa alternativa y comunitaria establece la conquista de lo cotidiano en los contextos particulares y locales, por medio de micro-relaciones cimentadas en las producciones periodísticas determinadas por lineamientos de común acuerdo en géneros informativos y de opinión, donde el debate es fundamental en la construcción de identidades dentro del relato mediático.

Estos medios comportan una lógica de acción que no comulga ni con los binarismos, ni con las reificaciones positivas a las que obedeció en buena medida la labor pionera otrora, el comunicador popular.

### 3.3 La radio, medios La Ciudad en Voz de Mujeres y Alza la Voz, Suba al Aire

La disparidad entre la radio comercial raptada del modelo norteamericano y la radio en control del estado copiada del modelo de la BBC de Londres, hace que una emisora como radio Sutatenza que nace de las manos de la religión cristiana católica tenga como fin primordial la educación popular, con una potencia significativa, que podía llegar como emisora local a Nicaragua, penetrar en los recónditos lugares de la geografía nacional y como un modelo de educación y participación ciudadana.



[http://www.ivoox.com/podcast-ciudad-voz-mujeres\\_sq\\_f1159674\\_1.html](http://www.ivoox.com/podcast-ciudad-voz-mujeres_sq_f1159674_1.html)

Colombia se “pacificó” en los años cincuenta en gran medida porque las ondas de radio permitieron llevar información a zonas alejadas, aún hoy millones de personas hablan a diario de política o sociedad a partir de lo escuchado en la radio, su poder de penetración es inmenso, por ello surge como alternativa en muchas de las visiones acalladas o silenciadas, a necesidades apremiantes de diferentes comunidades quienes no tienen acceso a los medios comerciales u oficiales, otra voz, otras formas de contar son los objetivos de la radio comunitaria.

**Suba al Aire** [12] es una emisora que se ha hecho a partir de experiencias de barrio y cruces de oleadas de personas que construyen lazos comunitarios. A la emisora llegan habitantes de todos los puntos de la localidad buscando una voz para los que no la han tenido y la emisora sirve como anclaje de propuestas tanto oficiales como de grupos heterogéneos. Los sujetos que forman parte de esta propuesta la conciben de la siguiente manera:

“Suba al aire es una emisora comunitaria que tiene (...) más de 16 años de trayectoria en la cual han pasado muchos procesos sociales y pues se ha consolidado también como un espacio de participación, lo veo así porque hay pluriculturalidad” [13].

De forma complementaria, cabe destacar que el ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación determinan:

“Que el servicio comunitario de radiodifusión sonora está orientado a difundir programas de interés social para los diferentes sectores de la comunidad, que propicien su desarrollo socioeconómico y cultural, el sano esparcimiento y los valores

esenciales de la nacionalidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana” (Decreto 1447-2002);

En concordancia, y demostrando la perspectiva desde la cotidianidad y el ámbito comunitario, Lina Escobar, comunicadora popular del programa La Ciudad en Voz de Mujeres recalca que este espacio es para “los parroquianos, que tienen cosas que decir, historias que contar que tiene posiciones que mostrar y eso hace que sea un ejercicio comunitario, que viene de la gente de a pie para gestar lo comunitario como una articulación con lo que tienen que contar, esto deja entrever el pensamiento de Freire (Rodríguez, 2013).

Frente a lo comunitario se plantea la distancia o unión con lo alternativo: “El hecho de que sea alternativo sí lo relaciono, sin embargo lo veo más por el lado de que a través de una radio como esta se pueden decir cosas o hablar de temas que no se encuentran en otros medios” (Entrevista a Lina Escobar, La Ciudad en Voz de Mujeres).

En este orden, es significativo cómo, al igual que con la prensa, los colectivos de mujeres son una parte vital en la construcción de tejido social en la emisora y por eso se analizó un programa de mujeres denominado “la Ciudad en voz de mujeres”, el cual muestra cómo los diferentes formatos de la radio se pueden apoyar para crear sinergias entre mujeres y hombres para dinamizar procesos como la lucha contra la explotación sexual o la reivindicación de derechos de los niños.

Igualmente programas como “**Alza la voz**”, que posee una gran audiencia congrega personas que buscan abrir canales a todo aquello que los comerciales desechan por no encontrar en ellos el acontecimiento que congrega audiencias, con esto se plantea que una radio comunitaria tiene como misión el de servir de ancla en los procesos comunales y no al contrario lo cual ocurre en la radio comercial.



Estos espacios radiales reconfiguran la realidad y las problemáticas que configuran la localidad de Suba, y en ocasiones la misma capital, son conscientes de su papel en la comunidad como plataformas mediáticas dentro del entorno popular del reconocimiento del otro, donde se destaca que tiene un fuerte arraigo tanto local como nacional ante la situación del conflicto por el que atraviesa Colombia, así lo deja divisar Félix Melo, coordinador del colectivo y espacio radial Alza La Voz en la siguiente apreciación:

“Partimos de dos puntos, es un medio comunitario, estamos en una emisora que no pertenecía a esa oficialidad, se le está dando voz a todas las personas que viene aquí, no se está discriminando a nadie, es también alternativa porque estamos por Internet, algo que pocas veces pasa en este país. Es también alternativa porque se permite expresar nuestras ideas, no hay una restricción en las voces (...) El programa nació y tiene como objetivos permitir la voz de las personas, estar en la movilización social y permitir que las personas expongan sus casos y que siempre estemos apoyándolos cuando este reivindicándose los derechos humanos, civiles, políticos, cuando haya alguna discriminación.”

En la radio comunitaria Suba al Aire los programas aparecen de una forma coyuntural dependiendo de las necesidades planteadas ya sea por parte de uno de los integrantes de la radio o por parte de miembros de la comunidad que expresan su necesidad, en estos casos el interés despertado por el programa es la garantía de su continuidad, así existen programas que llevan varios años al aire y han

conformado un público, el cual retroalimenta continuamente las diferentes fases de los programas. En la radio se usan diferentes formatos y el director del programa que por lo general es la persona que lo propone, da pautas a un grupo de trabajo el cual se encarga de sacar adelante las diferentes emisiones, es de anotar que las decisiones sobre los contenidos, las cortinillas, los entrevistados son tomadas en forma consensuada, lo cual da un carácter de democracia a los procesos.

La relación de los trabajadores de la emisora con la comunidad crea una sinergia de trabajo en la cual cada programa se encuentra pensado en las necesidades de concienciación de las personas que oyen la emisora y la participación de los diferentes actores está fundada en relaciones horizontales desde sus saberes y proposiciones:

“Hablando de tareas puntuales, yo me encargo de realizar el flyer o el volante virtual de cada programa, entonces yo diseño el programa que se vaya a tener para que se empiece a difundir en las redes, en la semana y también, como las demás chicas, ayudo a aportar para los temas que se vayan a trabajar, a conseguir los invitados para que vengan, en la elaboración del guion” [14].

Así, se plantea el distanciamiento con las formas verticales de producción de los medios comerciales.

Encontramos que la mayoría de los integrantes de los grupos de trabajo no son comunicadores sociales profesionales, sino que allí aparecen personas con diferentes actividades tanto académicas como laborales y los oficios del periodismo radial se van aprendiendo en el camino, ello produce como ganancia que la variedad de propuestas en los programas no acartonen los formatos, por ejemplo en los que se forman colectivos de entrevistados y miembros del programa, los cuales interactúan de forma libre produciendo una sensación de desorden, pero que lo que hace es generar ganancias en los puntos de vista que recibe el oyente. Esa misma libertad implica la no existencia de agendas preestablecidas en la producción de los programas, esta última se edifica en concordancia con las necesidades que plantea las temáticas y los sujetos partícipes, de tal forma que:

“nos reunimos en equipo y definimos las temáticas de acuerdo a la gente que se nos va acercando, mucha gente a raíz que ha conocido el programa, hemos dado el espacio para que cuenten sus proyectos” [15].

La **función del periodismo** en la radio comunitaria Suba Al Aire es consecuente con los postulados previstos anteriormente, las lógicas periodísticas son usadas en el plano de la técnica, mientras que el uso del discurso mantiene un buen nivel de improvisación y apertura a los saberes populares: “yo no tengo una formación puntual sobre eso pero a la hora de la elaboración del guion sí se trata de llevar una estructura” [16]. Lo primordial se mantiene en el entorno comunal, él es quien da la pauta de lo que debe pasar por el guion:” son temas y son invitados, también se genera un ambiente de amistad, de familiaridad por el entorno de la radio” (entrevista a Lina escobar, La Ciudad en Voz de Mujeres). Andrés Orozco, estudiante de Comunicación Social y participe del espacio radial Alza la Voz, es consciente del proceso y de su papel en la emisora:

“Dentro del concepto de lo popular y lo comunitario, en lo popular trabajan todas las personas de a pie, trabajan las amas de casa, estudiantes, las personas que venden helados en la plaza, personas que están en cargos institucionales, es una recopilación entre todos, es de carácter popular porque nosotros en cierto modo no tenemos un conocimiento dado para la radio sino que expresamos lo que queremos”.

La forma cómo se diseñan los diferentes programas obedece a un manual de estilo pero ello no es una camisa de fuerza, se tiene mucho cuidado en la constatación de fuentes y las discusiones internas sobre la dinámica de los programas se da cotidianamente, con lo cual se logra una evaluación crítica a nivel técnico.

Desde el inicio la segmentación no existe, pues la existencia de los programas depende de varias razones y allí tienen cabida todos los públicos, ya sean niños o adultos mayores, los distintos géneros, tribus urbanas, entre otros:

“ese tipo de diversidad que se presenta en Suba al aire es interesante y es un proceso que se adelanta con el objetivo que la gente entienda que lo diverso no es malo, es bueno porque es la oportunidad de encontrar esos puntos de vista a partir de esas diferencias” [17].

Con esta premisa las coordenadas deben tocarse en otros puntos en los cuales se encuentran las diferencias y acercamientos en los cuales se encuentra la acción propositiva de cada uno de los integrantes de la emisora:

“Actualmente estamos pensando llevar los contenidos del programa a los barrios, hacer programas en vivo en los barrios para que las personas se acerquen y hablen: mire, me está pasando esto en mi casa” [18]. “Nosotras en una ocasión hicimos una peña de mujeres que surgió de una idea que tenía e invitamos muchas artistas de hip hop y desarrollamos como una tertulia a partir de esa peña, fue una idea muy bonita (...) la última idea fue como el radioteatro que tenía en la cabeza que teníamos que hacer” [19].

Los dos programas referenciados, Alza La Voz que con una duración de una hora se transmite los días sábado a las 5:00 de la tarde, y La Ciudad en Voz de mujeres, el cual se transmite los días jueves a las seis de la tarde, frente al mensaje y discurso plantea temáticas discutidas que apelan a la concepción de apoyo a la comunidad así como a los saberes cotidianos. Por un lado, en Alza La Voz se analizaron programas que tenían los siguientes temas:

La marcha del 9 de abril por las víctimas del conflicto armado y la paz, sus repercusiones actuales; otro programa tuvo que ver con el paro de maestros por lo cual se abordó la temática de la excelencia educativa; para el día del idioma se habló de Gabriel García Márquez y la muerte en esas fechas del escritor Uruguayo Eduardo Galeano.

EL programa de “la ciudad en voz de mujeres”, trato temas como: El acoso callejero hacia las mujeres, el mito del amor romántico, la pornografía y la mujer, el desplazamiento, la condición de mujer, y su papel en los medios de comunicación.

Los dos programas contienen por lo general tres bloques de producción y el tiempo de una hora no es una camisa de fuerza, se observó que la duración fue de más de una hora, y el comienzo de los mismos no fue exacto, lo cual indica una laxitud que en la radio comercial no es permitida y en la comunicación académica es castigada. Entre bloque y bloque se entrelazan cortinillas y apartados musicales, adecuados al tema que se presenta, se tiene mucho cuidado en ubicar la música con la dinámica del programa: Sólo le pido a dios - León Gieco, Ay que dolor de La Derecha, Lobos Troll banda de Melodic Daft Metal, Mariposa Tecknicolor de Fito Páez, Así de grandes son las ideas de Calle 13, El campesino embejucao de Oscar Humberto Gómez, son las canciones que se colocaron en el programa de Alza la voz, mientras que en la ciudad en voz de mujeres se escuchó:

Manos al aire de Nelly Furtado. Oye mujer de Aterciopelados. ¿Por qué me pegas? de Etelvina Maldonado. Cosita sería de Aterciopelados. Ella de Bebe.

Esta tendencia musical que es íntima frente a las temáticas, revela letras y composiciones de compromiso y reflexión social, dependiendo del tópico, refuerzan el papel alternativo respecto a mirar el mundo con otro foco e invitan a generar un ambiente en concordancia con el programa.

El tratamiento musical es un apoyo fundamental, la investigación en este corte es importante ya que hay que considerar las competencias que tiene la radio frente a la tradición oral y musical, por ello, en los diferentes programas como por ejemplo en “Alza la Voz”, el contexto musical no solo tiene que ver con el tema sino que además sirve de pretexto a introducir variaciones en este y sirve de conector para integrar los componentes periodístico informativos y de opinión, precisamente en los espacios de convivencia cultural y debate:

“como el hip hop convive con el metal, que también es un género que ha sido estigmatizado y si también está la música campesina, y están las que hacen la defensa de los derechos de las mujeres entonces empezamos a mirar todos pero desde el lado positivo, es lo que hace Suba Al Aire” [20].

El tipo de discurso tiene como característica lo narrativo pues es la forma de mantener un tinte coloquial del tema abordado, pero además se utiliza el informativo y descriptivo haciendo uso de herramientas informativas y periodísticas como la noticia y la entrevista, con lo cual la variedad de temas y las formas de abordaje cuentan con dinámicas que permiten la interacción de los diferentes actores en el programa, ambos programas hacen uso de estas licencias.

Los géneros y formatos periodísticos que se utilizan para integrar la comunidad oscilan entre el debate (opinión) y la entrevista. Sin embargo, para abastecerse de contenidos y documentos hacen uso de noticias creadas por otros medios de comunicación, así estos medios crean un debate y están en constante contraste con los medios masivos, logrando otro tipo de apreciaciones y reflexiones ajustados a la localidad y la ciudad de Bogotá. En algunos programas, en menor proporción, se utiliza también la crónica, matizada por un lenguaje coloquial y popular, con casos de la vida cotidiana que acercan a las comunidades objeto de recepción a analizar la temática propuesta, en este sentido la crónica se utiliza de preludio para establecer una mesa de debate.

Por otra parte, estos espacios radiofónicos tratan de volver a rescatar géneros formatos desaparecidos en la radio comercial y tradicional, como lo es el radioteatro, propuesta dramática que a partir de una representación de contexto buscan establecer empatía con los radioescuchas. Estos géneros son utilizados con una gramática narrativa aprovechando la tradición oral para encontrar puntos de identificación y correspondencia con los ciudadanos, de allí que se teja una cultura popular para procesos comunicativos de enculturización; es de mencionar que además de los debates y las entrevistas, los procesos de co-participación con la comunidad son planteados a través de las redes sociales (Facebook y Twitter), donde se da lugar a las apreciaciones de los oyentes en directo.

Por último, en estos géneros y la producción de los mismos, se utilizan una serie de figuras retóricas para plantear un escenario con múltiples miradas sobre las temáticas, como lo son el símil, la metáfora; para generar una

profundidad a los perfiles abordados se utiliza la prosopografía. La epístrofe y la expolición son utilizadas para generar una recordación frente a las conclusiones o para llamar la atención y no desviar el tema. Por otro lado, de forma persuasiva, para logra entender o fomentar el entendimiento del otro, utilizan el dialogismo. La eutrapelia busca en estos programas distencionar el ambiente frente a los temas con mayor rigor investigativo, proponiendo un contexto amable hacia la comunidad.

Estos apoyos retóricos determinan el grado de veridicción con que se afrontan los contenidos de los programas, en términos generales, de acuerdo a las fuentes utilizadas y la apertura a la concepción de la diversidad de aristas, estos programa no se atan a una versión o interpretación del contexto, aunque siempre hacen distinción con lo que se estipula en otros medios.

Es claro que el oficio periodístico en la radio comunitaria tiene un alto componente práctico, los actores han atravesado instancias de servicio comunitario y aprenden el uso de los medios en el andar de sus proyectos personales de apoyo a su entorno, mientras que en las lógicas comerciales prima la preparación académica periodística, aquí pasa a un segundo plano.

Las nociones de periodismo aquí encontradas son distintas a otros espacios y contextos, ya que son instauradas según las particularidades y singularidades del contexto de Suba y los sujetos que interactúan allí. Para propiciar los lineamientos de una radio alternativa y comunitaria en el campo de la comunicación para el desarrollo y el cambio social, los géneros y formatos comprenden esos objetivos de constante participación con la comunidad, por ello con el fin de abrir un red compleja de interpretaciones, se utiliza la crónica y la noticia para contextualizar, y la mesa de debate para generar una continua dialéctica que está siempre en un pluralismo agónico.

## Conclusiones

Los medios de comunicación comunitarios han sido el enlace entre las comunidades tanto rurales como urbanas en Colombia, los lazos sociales que construyen estos medios funcionan en forma de urdimbre por medio de la cual la inmensa mayoría de la población logra escapar al control de la inmensa minoría poseedora de los medios comerciales y oficiales.

Los medios comunitarios son una alternativa cada vez más clara a la información y a la discusión de las realidades sociales del entorno, mientras que los medios de comunicación comerciales han concentrado su actividad en la función de la diversión, desde los medios comunitarios se está presentando la opinión y la discusión, la cual cada día adquiere más fuerza.

La prensa comunitaria sigue teniendo un gran poder de verdad entre los colectivos que desde diferentes nichos producen información y logra amplios sentidos de congregación.

La radio sigue siendo un medio mediante el cual se genera información que sirve para captar la llamada "opinión pública", por lo cual su poder en el medio nacional es inmenso, las radios comunitarias por lo tanto son el canal de acceso a una información alternativa.

Las redes sociales son un punto de convergencia con el cual los medios como la prensa y la radio adquieren su inserción en el mundo, por lo tanto las fronteras limitadas antes de la internet, hoy generan retos y posibilidades a lo comunitario, la unión y la instantaneidad deben ser un punto de mira para prensa y radio comunitarias, lo mismo que el enlace entre diferentes propuestas mundiales y la emisión de programas creados por otros medios permitirá la fuerza de lo alternativo.

El periodismo es un campo de producción comunicacional que sirve de vehículo integrador de los campos comunicativos alternativos, comunitarios, para el desarrollo, para el cambio social y ciudadanos. En ese orden, el periodismo plantea herramientas metodológicas en estos medios estudiados para dinamizar sus contenidos y establecer un ámbito de disenso.

Con el objetivo de generar empoderamiento en los medios por parte de las comunidades, las nociones de periodismo que se encontraron obedecen a instaurar espacios de reflexión, análisis y argumentación sobre las problemáticas propias del contexto capitalino; por ello los géneros de contextualización se cimentan en la réplica noticiosa de medios masivos o instituciones, para entablar un punto de partida alternativo, contra-hegemónico, y poder sopesar otras perspectivas desde lo local ante la puesta en escena dominante. Por otra parte, para fomentar dicho empoderamiento, se anima a promover la participación a través de espacios y formatos de opinión como el debate, partiendo de generar empatía con las comunidades a partir de otros géneros como la crónica y el reportaje, los cuales acercan los hechos y fenómenos sociales y culturales a través de vivencias locales que trastocan la percepción.

La estructuración de un discurso abierto pero con un carácter contestatario que promueva la movilización social es el objetivo de dichos medios alternativos y comunitarios, los cuales proveen en sus mensajes estrategias retóricas sugerentes en concordancia con los géneros expuestos, por ejemplo se utiliza constantemente la metáfora y el símil, para evidenciar puntos de contraste y así generar un debate en la comunidad.

La singularidad y particularidad de estos medios alternativos y comunitarios, matizan las prácticas comunicativas en Bogotá en pro de la reivindicación de derechos y la autodeterminación individual y colectiva de las comunidades, de ello se deduce que al igual que otros medios de esta índole alrededor del mundo, tienen lógicas y dinámicas diferentes propias y únicas de un contexto lleno de complejidades, la ciudad de Bogotá.

## Bibliografía

Althusser, L. (1988). *Ideología de aparatos ideológicos del Estado*. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión.

Atton, C. (2003). What is 'alternative' journalism? *Journalism*, volume 4 (3).

Bailey, O., Cammaerts B., & Carpentier, N. (2007). *Understanding alternative media*. McGraw-Hill International.

Carpenter, S., Nah, S., & Chung, D. (2013). A study of US online community journalists and their organizational characteristics and story generation routines. *Journalism*, 1464884913511567.

Cuesta, O. (2012) Apuntes Sobre el Papel del Comunicador, la Comunicación Alternativa y la Cultura. En Cuesta, O. (Ed.) *Yo Informo, Tú Opinas, Ellos Se Forman, Todos Comunicamos*. Bogotá: Fundación Universitaria Los Libertadores.

Espiritusanto, O. (2011). Nuevas formas de comunicación, información y acción social. En: *Revista de estudios en juventud*. Número 105. España: Universidad Carlos III de Madrid.

García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

Gumucio, A. (2001). *Haciendo olas: historias de comunicación participativa para el cambio social*. New York: F. Rockefeller.

Gumucio, A. (2011). *Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo*. En *Comunicación, desarrollo y cambio social*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Hernandez, T. y Moreno, F. (2011). La comunicación comunitaria: vigencia y olvido. En: *Trazos de otra comunicación en américa latina. Prácticas comunitarias, teorías y demandas sociales*. Colombia: Editorial Universidad del Norte.

Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.

Melendez, S. (2015). Informe de análisis de contenido, Web Barrios de Bogotá. Documento de trabajo.

Melendez, S. (2015). Periodismo digital en medios comunitarios y alternativos de Bogotá: aproximaciones teórico-metodológicas. En prensa.

Mora, A. (2014). La historia en reserva de radio Sutatenza-Colombia, parte I. [Ponencia ALAIC, GT Comunicación cambio social].

Narvaez, A. (2013). *Educación y comunicación, del capitalismo informacional al capitalismo cultural*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.

Oliveira de Freitas, R. (2011). Por uma estética da periferia da periferia: sobre modelos não-metropolitanos de Comunicação alternativa. En: *Trazos de otra comunicación en américa latina. Prácticas comunitarias, teorías y demandas sociales*. Colombia: Editorial Universidad del Norte.

Peruzzo, C. (2008). Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaborações no setor. *Palavra Chave*, 11(2). Traducido del original.

Peruzzo, C. (2013). Aproximaciones entre la comunicación popular y comunitaria y la prensa alternativa en Brasil en la era del ciberespacio. En Sierra F. y Martínez M. (Coords.) *Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local*. Barcelona: Gedisa.

Ramonet, I. (1999). El periodismo del nuevo siglo. En *Revista La Factoría* N8. Traducción del francés: Mirnaya Chabás.

Rodríguez, C. (2006). Tres lecciones aprendidas de medios ciudadanos y comunitarios en Colombia. [Ponencia presentada en el Encuentro Nacional de Medios Ciudadanos del Ministerio de Cultura, Bogotá].

Rodríguez, C. (2010). De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término. *Folios*, revista de la Facultad de Comunicaciones.

Rodríguez, C. 2013. *Comunicación ciudadana en Montes de María – Colombia*. Revista

*Luciérnaga-Comunicación.* Facultad de Comunicación Audiovisual. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Año 5, Edición 9. Medellín. Disponible en: [http://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/revista-luciernaga/luciernaga-09/pdf/comunicacion\\_ciudadana\\_montes\\_de\\_maria\\_espanol\(si\).pdf](http://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/revista-luciernaga/luciernaga-09/pdf/comunicacion_ciudadana_montes_de_maria_espanol(si).pdf)

Secretaria de Gobierno, Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. Documento Caracterización del Sector de la Comunicación Comunitaria Y Alternativa De Bogotá D.C. CONVENIO DE ASOCIACIÓN 420 de 2011. Disponible en: <http://www.redcomunicacioncomunitaria.org/documentos/CONVENIOSDE/CARACTERIZACION%20SECTOR%20COMUNICACION%20COMUNITARIA%20version%20MAYO%204%202012%20final.pdf>  
Sierra, F. (2000). *Introducción a la Teoría de la Comunicación Educativa*. Sevilla: editorial MAD.

Ureña, L. (2014). Periodismo comunitario en Costa Rica: la información en manos de la ciudadanía. En *Revista: Rupturas* 4(1). Costa Rica.

## Notas

[1] Este proyecto se realizó durante el segundo semestre del año 2014 y el primer semestre del año 2015 bajo el aval, financiación y supervisión de la Fundación Universitaria Los Libertadores. Dicho proceso se llevó a cabo gracias a un equipo de trabajo compuesto por cuatro investigadores que hicieron un análisis por tipo de medio, lo cual permitió una reflexión conjunta: Juan Camilo Chacón (Director de investigación) y Guillermo Cárdenas (Investigador interno) analizaron medios radiales; Sandra Meléndez (Investigadora externa) analizó medios web; Carlos Valenzuela (Investigador Externo) analizó medios de prensa.

[2] “Sin embargo, es de establecer que en el siglo XIX y comienzos del siglo XX se instauran medios de corte proletario alternativo y pro-revolucionario como los periódicos, dependiendo de las dinámicas revolucionarias de los distintos países de bloque latinoamericano” (Narváez, 2013).

[3] se realizó una revisión documental de estudios previos que hayan caracterizado y teorizado sobre medios alternativos y comunitarios, lo cual se identifica en los antecedentes citados con anterioridad. Posteriormente, se identificó una caracterización de los medios de las localidades de Suba y Chapinero en Bogotá, los cuáles se adecuan al aparato conceptual que relaciona las características de los medios alternativos y comunitarios. Con esta identificación y contextualización, se delimitó y gestionó el corpus metodológico. Para cerrar esta fase se elaboró una matriz de análisis que contiene las categorías que permitieron abstraer las nociones de periodismo que subyacen en las prácticas de estos medios, las cuales se identifican en categorías base como comunicación alternativa, comunicación comunitaria, comunicación participativa, comunicación ciudadana, comunicación para el desarrollo, comunicación para el cambio social; y sus derivados frente a los medios y periodismo en estas categorías, estipuladas en apartados anteriores.

[4] se hizo un trabajo de campo que ayudó a caracterizar con rigor y en profundidad los programas escogidos en la primera fase, con el fin de establecer unas dinámicas periodísticas en el campo de acción. Esta información se recopiló mediante la figura de bitácoras, las cuales determinaron participantes, roles, estructura del equipo de trabajo, proceso de estructuración del escenario o espacio comunicativo; estructuración periodística frente a los géneros y formatos, temáticas y enfoques abordados; apreciaciones posteriores a la consecución del escenario comunicativo, procesos de retroalimentación.

[5] se aplicó entrevistas semi-estructuradas a directores y periodistas o comunicadores que dan vida a estos espacios mediáticos, los cuales se sumergen en el oficio del periodismo, allí se logró identificar estructuras comunicativas implementadas en los contextos capitalinos en relación a necesidades y realidades de las comunidades, con lo que se pudo encontrar la instauración de roles ante lo que significa para ellos un comunicador popular, comunitario, alternativo y un periodista.

[6] ficha de análisis para estructurar el observatorio de medios alternativos en concordancia con las categorías emergentes

de la caracterización. A través de ella se hizo un análisis semiótico y estructural del mensaje, del producto radiofónico como tal. Allí se identificó características de los roles de sujetos, actores y fuentes destacadas; temáticas, la extensión de la información, dinámicas de flujo. Por otra parte, frente al contenido y su discurso se analizó personajes representados, grados de universalización o particularización; colocación del sujeto o sujetos ante una inclusión o exclusión temática; relación temporal del discurso (conjugación verbal) y tipo de discurso en relación a cualidades informativas (perspectiva externa de los hechos), narrativas (discurre en la acción), dramáticas (escenifica) y persuasivas. Frente al sistema código del lenguaje de los medios, se hallaron términos de referencia en la relación de sujetos, verbos y adjetivaciones en los géneros periodísticos identificados, como también valoraciones a través de figuras retóricas. También se identificó las herramientas de participación comunitaria en la elaboración del mismo texto mediático.

[7] recopilación y sistematización de información de acuerdo a la matriz de referencia conceptual establecida en la primer fase, lo que permitió dar cuenta de un análisis compilatorio de resultados de todas las herramientas comprendidas. Así, en primera instancia, bajo las categorías base, se hizo un análisis de contraste frente a la concepción de las categorías explicadas y la noción de periodismo y comunicación alternativa y comunitaria a través de las entrevistas, las cuales identificaron varias posiciones dentro de los roles de directores, coordinadores y comunicadores populares de dichos medios; además, se referenció postulados ideológicos frente a las necesidades de las comunidades y los contextos particulares de las localidades escogidas. Por otra parte, el análisis de la observación directa permitió segmentar procesos de trabajo con las comunidades, desarrollo y esquematización de la producción mediática determinada por los medios anclada con los géneros y formatos periodísticos, en este sentido, bajo la matriz conceptual, se pudo hacer referencia de la práctica en campo de estos medios y contrastar las nociones de periodismo y comunicación de los sujetos con su quehacer.

Por último, el análisis de las producciones a través del observatorio, determinó la estructura

del mensaje en concordancia con las características que provee el funcionamiento de una lógica comunitaria y alternativa en estos escenarios, así, fue fundamental poder establecer una sincronía entre los procesos de producción, el discurso frente a las categorías fundantes de la investigación y las dinámicas periodísticas visibilizadas en las formas y sustancias de expresión.

[8] [9] [10] [11]. Entrevista a Pilar Dulcey y Hernán Padilla.

[12] La radio comunitaria es un espacio que congrega esta investigación, para lo cual se tomó como parámetro de observación a la localidad de Suba por ser un espacio en el cual confluyen comunidades que van desde un cabildo Chibcha pasando por comunidades rurales (Suba es un municipio anexo que se convirtió en localidad) y trabajadores de todos los estratos sociales de la ciudad de Bogotá, ello hace que la configuración variopinta de la localidad sea un punto de encuentro para los medios de comunicación alternativos. De allí que se escogiera como muestra de análisis dos programas radiales de la emisora Suba Al Aire, los cuales son: La Ciudad en Voz de Mujeres y Alza la Voz.

[13][15] [19] Entrevista a Victoria Raquel Aleal, La Ciudad en Voz de Mujeres.

[14] [16] Entrevista a Lina Escobar, La Ciudad en Voz de Mujeres.

AÑO 8 / ENERO - JUNIO 2016

[17] [20] Entrevista a Jorge Peñuela. Coordinador emisora Suba Al Aire.

[18] Entrevista a Felix Melo.

#### Para citar este artículo:

Chacón, Juan C. (2016). Medios comunitarios y alternativos de Bogotá – Colombia. Características y cualidades periodísticas. *Revista Luciérnaga/ Comunicación*, Año 8, N15. Facultad de Comunicación Audiovisual - Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid-PCJIC & Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí- UASLP. México.

Págs. 63-83.

DOI. [10.33571/revistaluciernaga.v8n15a5](https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v8n15a5)