

# El periodismo comunitario, una respuesta social a la indiferencia de los medios hegemónicos

Isabella Navarrete Barrero

Vivimos en un mundo donde la información se ha convertido en un mecanismo de poder. Tanto así, que absurdamente nos hemos creado ideas verticales acerca de lo que consumimos, al punto de cerrar el panorama a los medios hegemónicos o tradicionales. Los hemos llevado a un pedestal, o más bien, las dinámicas sociales que nos rodean nos han hecho llevarlos a un pedestal, viéndolos como los únicos medios que nos pueden proporcionar prensa de calidad.

Sin embargo, esto no es del todo cierto. La misma academia al formar periodistas, omite, en gran parte, la construcción de otras posibilidades del periodismo y se queda navegando en ideas del tradicionalismo. Pero no existe solo una manera de ser periodista, no necesariamente los mejores en la profesión son quienes pasaron años en universidades e institutos y mucho menos los únicos medios de comunicación son los que desde hace décadas se han instalado como referentes de la información. Estas ideas de perfección pe-

riodística y alcance son más bien una herencia de la industria y la academia, tan bien construida que hemos creído en ella ciegamente durante años. Por eso, las posibilidades emergentes y que se salen de la línea de lo que conocemos, parecen una total mentira en un mundo que ya está edificado y cubierto con la información.

En primer lugar, dentro de las otras posibilidades que parecen haber sido silenciadas, existe el periodismo comunitario, un ejercicio de la profesión enfocado en la proximidad, en las historias que ocurren en pequeños grupos de personas, en esas que no parecen importarles a los grandes medios. Es aquel que surge desde la necesidad que se crea en

No existe solo una manera de ser periodista, no necesariamente los mejores en la profesión son quienes pasaron años en universidades e institutos y mucho menos los únicos medios de comunicación son los que desde hace décadas se han instalado como referentes de la información.

un territorio de informar sobre sí mismo a sus habitantes, y también enfrenta cientos de dificultades con esa idea heroica de no necesitar que lleguen los medios tradicionales a contar o arrebatarnos las historias.

Una de las razones que llevan a su creación, es el rechazo a los medios hegemónicos, pues estos al ser generalistas solo van a las comunidades por asuntos de morbo, amarillismo o la gran noticia, que puede ocurrir cada seis meses o no ocurrir nunca. Entonces, ¿dónde quedan los colectivos, los artistas, líderes sociales, actividades culturales y demás dinámicas que construyen una comunidad?, exacto, completamente invisibilizados a la luz de la era de la información, porque no son el material que le interesa a un medio de gran alcance. Pero la historia de la señora que ha levantado a su familia con un emprendimiento o el señor que personalizó su carro con luces y bocinas son noticias de interés para el vecino, el amigo o la familia. Un medio comunitario

Un medio comunitario  
acoge cada suceso,  
volviéndolo un suceso  
que llegue a cada  
hogar y al corazón  
de la comunidad,  
sin necesitar de  
amarillismo, morbo o  
ser la noticia del siglo.

acoge cada suceso, volviéndolo un suceso que llegue a cada hogar y al corazón de la comunidad, sin necesitar de amarillismo, morbo o ser la noticia del siglo. Para estos medios, la gente por sí misma es importante y es noticia sin necesitar de tantos matices.

El empirismo vive en su esencia, pues en muchos casos las personas que fundan y trabajan en un medio comunitario no son periodistas formados. Sin embargo, alguien que trabaje en alguno de estos medios no será menos que aquel que lo

haga en uno de renombre nacional, porque adquirirá virtudes que la industria en muchos casos no le permitiría obtener por sus afanes de publicación. De hecho, podría decirse que el empirismo es beneficioso para el modelo del periodismo, porque si no existe esa imposición estricta de la academia, se puede diversificar la forma de presentar una historia. Obviamente habrá errores, pero se encontrará la manera de responder al llamado de la audiencia de una forma distinta a lo que se acostumbra y que ha abrumado el consumo de la prensa en los últimos años. Sí, el empirismo deja al abismo cientos de probabilidades y conocimientos al momento de hacer las cosas, pero compensa esas ausencias con algo que los medios tradicionales no podrían acoger fácilmente: la capacidad de adaptarse a una necesidad.

Por otro lado, hemos podido evidenciar que “han cambiado las dinámicas sociales y todo va a una velocidad que por lo mucho, era previsible. Al periodismo se le exige muchísimo más, sobre todo en búsqueda de creatividad, innovación, rigurosidad y valentía” (CAF y FNPI, 2005). Pero los medios tradicionales se han quedado cortos en ello, tal vez por la premura o por salir de paso con la información no tienen en cuenta estos factores y se siguen ateniendo a un

modelo básico que no ve lo que aguarda en la transformación social. Algo que sí hace el periodismo comunitario, precisamente porque está construyendo de cerca con las personas que protagonizan sus noticias y relatos.

En esos mismos cambios entra un nuevo dilema con la academia. Hace años, un periódico se conseguía a la vuelta de la esquina por unos cuantos pesos y un periodista debía cumplir con ciertos requisitos para jactarse de serlo verdaderamente.

¿Cuál es el tao, el camino para llegar a ser un buen periodista? ¿Existen condiciones, una lista de lo que se debe poseer o desarrollar para conseguirlo? ¿El periodista nace o se hace? Cuestiones todas debatidas en general a la luz de una visión romántica, esencialista de las cosas, que, si el transcurso del tiempo y el progreso humano no han liquidado todavía, nada lo hará. Nacen los niños, no los periodistas” (Bastenier, 2009, pág. 241).

Pues sí, a la luz de aquella realidad, Bastenier propuso 19 condiciones para llegar a ser un buen periodista, como la economía, los estudios, idiomas o viajes. Ahora, sin tarjeta profesional, con otros lenguajes y formatos, y con un acceso inmediato a la información, esas condiciones deben reevaluarse, añadiendo que están orientadas precisamente a un periodista de academia, no a uno hecho en la calle, uno que le apasiona el trabajo comunitario y que

La academia busca una perfección casi inalcanzable, llenando de mitos y estándares la profesión y al periodista.

tal vez su camino como periodista no empezó en las aulas de clase, sino buscando una historia en su barrio. Y el periodismo comunitario entra en conflicto con la academia por eso, mientras que este le da lugar al error, la academia busca una perfección casi inalcanzable, llenando de mitos y estándares la profesión y al periodista; suele abrumarlo e incluso

disminuir sus expectativas frente a su visión profesional, porque el camino de muchos empieza en la inexperiencia, pero al parecer la industria busca un modelo inquebrantable o inalterable de cómo debe ser, sin tomar en cuenta los matices o ramificaciones a la hora de hacer periodismo.

En la academia el empirismo no existe, existe una formación recta y un consumo para ser el periodista que se espera. “Hay una idealización de la labor con las mejores cualidades: transparencia, independencia, huida de la oficialización y el equilibrio” (CAF y FNPI, 2005, pág. 17) y no es que no sean importantes, pero ubican al periodista como un superhéroe que, si no salva a todos, puede desertar de su labor. En lo comunitario es muy distinto, son personas trabajando con personas, todas viéndose en un panorama de iguales que pueden crear lo que se imaginen, donde no existe un manual para hacer las cosas, donde no compiten los egos y hay un objetivo común detrás de todo:

construir en comunidad. Siempre enfocado a ser la voz de aquellos que no pueden hacerse oír por sí solos, sin intereses más allá de los comunes.

No obstante, “en un mundo donde la información fluye de forma incontenible, la única manera de que el periodismo se haga sostenible es que los relatos sean contados con pasión, con creatividad, por personas que sean capaces de combinar la investigación, la reportería y los hechos, dándoles su voz, su toque personal” (CAF y FNPI, 2005, págs. 10-11) ¿Realmente eso pasa en un medio tradicional?, la respuesta es no, o es un sí ocasional. En un medio hegemónico se ve crudeza y un despoje de pasión por las historias, como un simple “esto pasó, pero sigamos con la otra noticia”. Un medio comunitario vive el panorama de una forma diferente, siente las historias como propias y disfruta el proceso de informar, de investigar y trabajar con sus colegas espontáneos: las personas del común.

Cabe señalar que, el periodismo comunitario no es del todo romántico o es el ideal al que todo periodista debe aspirar, pues también tiene un grado de complejidad dentro de su estructura. Recapitulemos, surge por un rechazo a los medios hegemónicos, se vale del empirismo, construye día a día, le apasionan las historias y ve personas antes de ver periodistas ideales. Aunque todo parece muy bonito, también vive épocas complicadas; muchos medios son financiados con recursos de la ciudad, siendo prácticamente dependientes de una administración, sufriendo la precariedad de sus recursos e incluso obligándose a abandonar unas temporadas su producción a falta de personal; no tienen un equipo de trabajo numeroso y son los primeros en presenciar experiencias traumáticas debido a su proximidad. Sí, viven en el corazón de la noticia y no necesitan de grandes historias, pero el desequilibrio se mantiene presente, algo que genera en los periodistas comunitarios cientos de interrogantes o frustraciones acerca del futuro de su labor en estos medios. Y aún así, su misión se mantiene clara a pesar de los periodos de oscuridad.

Como se dijo anteriormente, este tipo de periodismo se enfoca en la transformación social, donde hay seres humanos antes de periodistas heroicos y donde no se necesita de casos impactantes. A veces, a la gente no le importa tanto lo que está pasando en Colombia o en el mundo, le importa su barrio y su gente, tener un lugar donde las quejas, los reclamos o las propuestas sean escuchadas sin reparo y se tenga la certeza de que quienes están ahí responderán a su llamado. Un medio hegemónico seguramente solo escucha la gente cuando es el acto vandálico o la tragedia; uno comunitario recibe todas las perspectivas. Suelen tener comités editoriales abiertos al público para que las personas los vean como una casa en la que siempre podrán tocar las puertas.

A pesar de ser una respuesta diferente a lo tradicional, no quiere decir que no estén protegidos por la ley o que no tengan una misión general definida. Pues a pesar de que sus libertades son diferentes a las de los medios hegemónicos,

ninguno expresará abiertamente descontentos con su financiador; por un lado, está el que es sostenido por familias poderosas, y por otro, aquel que subsiste por recursos ciudadanos y prestadores de servicios.

En el caso de Medellín, según el Acuerdo Municipal 073 de 2013, expedido por el Concejo de Medellín, “por medio del cual se dictan los lineamientos para la creación de la política pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos para el Municipio de Medellín”, señala en su artículo 1 que: “La Política Pública estará dirigida a promover y fortalecer los procesos de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos como expresión de la participación, la cultura ciudadana y la divulgación democrática de opiniones” (Alcaldía de Medellín, 2009, pág. 1)

Sin embargo, es en el año 2006 por medio del Programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo (PLYPP) que se impulsan los procesos de comunicación comunitaria y alternativa, llegando en 2013 el establecimiento de sus lineamientos. Por tanto, es como si los medios tuvieran un blindaje frente a las mismas administraciones, porque fue un impulso social lo que llevó a su creación, el mismo que ha mantenido su protección a lo largo de los años.

Si bien internet no lo ha mostrado, porque al parecer también el poder de una industria ha influido en él, hay medios comunitarios con renombre de ciudad que llevan varios años trabajando por el cambio social. Uno de ellos es *La Pupila Comunicaciones*, que nació hace 15 años como *Periódico La Pupila*<sup>1</sup>, y con el tiempo se ha transformado en formatos e ideas, viendo pasar redac-

En lo comunitario,  
la historia de uno es la  
historia de todos, por  
pequeña o irrelevante que  
les parezca a los demás.

tores, periodistas y comunicadores por su medio, pero más que todo, personas comprometidas con las causas sociales que no hacen tanto ruido y no por eso son menos importantes. Como este, Medellín cuenta oficialmente con más de 100 medios comunitarios en sus diferentes comunas y corregimientos (Alcaldía de Medellín- Secretaría de

Comunicaciones, s.f.), los cuales no tienen más de cincuenta o sesenta años como los medios con los que crecimos, pero no es el tiempo, es la forma en que trabajan por contar buenas historias.

“Los periodistas no deben depender tanto de las visiones de los expertos para la presentación de las informaciones y de los temas de discusión; deben identificar las preocupaciones de la gente del común porque si no la deliberación no va a ser realmente posible” (Miralles, 2006, págs. 38-39).

Una posición que reafirma que no se necesita de la academia o de estándares inmensos para hacer algo tan sencillo como escuchar a las personas del común.

<sup>1</sup> / <https://issuu.com/periodicolapupila>

Por último, no es que el periodismo comunitario sea mejor que el tradicional, pues de una u otra forma la academia y los medios hegemónicos han hecho su trabajo en construir información, pero existe una brecha inmensa sobre lo que podemos encontrarnos en un aula de clase y lo que es hacer periodismo comunitario.

La academia muestra un modelo perfecto sin exponer las fallas, hay deshumanización en algunas prácticas e importa más la cantidad que la calidad del contenido. En lo comunitario se asumen retos y desafíos inesperados, la noticia está prácticamente en la espontaneidad y se derroca todos los días la idea de la perfección como única forma para hacer bien las cosas, pues “a lo único que no puede renunciar el periodismo es a contar buenas historias” (CAF y FNPI, 2005, pág. 17). De resto, puede renunciar a cualquier cosa, porque no existe solo una manera de ser periodista y de hacerlo bien, no existe solo el papel, el lápiz y la fotografía para narrar una historia. Y si bien no hay atajos ni fórmulas mágicas, se necesita ir más allá de un escritorio o de los altos mandos para descubrir los nuevos métodos.

En lo comunitario, la historia de uno es la historia de todos, por pequeña o irrelevante que les parezca a los demás. Es un trabajo por quienes despiertan todos los días y saludan a su vecino, se alegran del nuevo emprendimiento y disfrutan el festival de la otra cuadra, lo que deja a la imaginación cientos de posibilidades para narrar. Es una vivencia constante de lo que sucede justo al lado. Y al ser así, podemos decir que el método de uno nunca deberá ser el método de todos, porque hay matices que derrumban esa creencia absurda de condiciones y parámetros ideales; que el hacer periodismo comunitario lejos de alejar la idea de ser un periodista de calidad o el aceptado por la industria, realmente acerca otras sensibilidades que construyen un periodista capaz y audaz para enfrentarse a la noticia, narrar buenas historias y convertirse en la voz de aquellos que solo su vida cotidiana es un hecho extraordinario. 🌐

## Referencias bibliográficas

Decreto 2124 de 2019 [Alcaldía de Medellín]. Por medio del cual se crea la política pública de medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos para el Municipio de Medellín y se reglamenta el Acuerdo Municipal 073 de 2013. Octubre 11 de 2019. Obtenido de <https://www.medellin.gov.co/es/wp-content/uploads/2021/10/Decreto->

[2124-de-2019-poli%CC%81tica-pu%CC%81blica-medios-final.pdf](#)

Alcaldía de Medellín- Secretaría de Comunicaciones. (s.f.). *Directorio de medios comunitarios de Medellín*. Obtenido de <https://www.medellin.gov.co/es/secretaria-de-comunicaciones/comunicacion-para-la-movilizacion/directorio-de-medios-comunitarios/>

Bastenier, M. Á. (2009). *¿Cómo se escribe un periódico?* Ediciones fondo de cultura económica SAS.

CAF y FNPI. (2005). *¿Hacia dónde va el periodismo? Responden los maestros*. Bogotá: Panamericana Formas e Impresos, S.A.

Miralles, A. M. (2006). La deliberación ampliada al ciudadano común. *Voces ciudadanas*, p. 38-39.