

# MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN, MEDIOS COMUNITARIOS Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

## RESUMEN

El proceso comunicativo tiene varios elementos imprescindibles para una comunicación efectiva: el emisor, el receptor, el código, el mensaje y el medio son requeridos para el buen entendimiento entre las partes. Gracias al papel de los mass media estamos segmentados, divididos y agrupados en categorías y subcategorías que permiten que los mensajes y la información nos lleguen de forma efectiva y directa. Sin embargo, el criterio y el ser pensante están por encima de estos preceptos, y es parte fundamental, desde el ejercicio académico hacer propuestas que validen al ser pensante, al ser proponente, al ser crítico por encima del hombre receptor pasivo y que no ejerce un papel de interventor en la comunicación de la cual es parte.

**Palabras clave:** Comunicación, comunicación para el desarrollo, medios masivos de comunicación, código, mensaje.

## MASS MEDIA, COMMUNITY MEDIA AND DEVELOPMENT COMMUNICATION

## ABSTRACT

The communication process has several essential elements for effective communication: the sender, the receiver, the code, the message and the medium are essential elements for the proper understanding between the parties. Due to the characteristics of mass media, receptors are segmented, divided and grouped into categories and subcategories that facilitate the effective and direct reception of messages and information. However, critical thinking is above these dynamics and it is an essential task of academic proposals to validate a thinking, proposing, and critical being, against a passive recipient that does not exercise an active role in the communication process.

**Key words:** communication, development communication, mass media, code, message.

[ JULIANA VILLA GIL ]

Magíster en Comunicación. Docente de Comunicación Social y Periodismo UNIMINUTO. Correo electrónico: [jvilla@uniminuto.edu](mailto:jvilla@uniminuto.edu) – [julianavillagil@gmail.com](mailto:julianavillagil@gmail.com)

**Recibido:** 8 de abril de 2013

**Aceptado:** 8 de Julio de 2013

Los medios masivos de comunicación son narradores permanentes de la cotidianidad y desarrollan un papel fundamental en la audiencia, pues son los encargados de definir, estructurar y sustentar una realidad propuesta a partir del tratamiento temático, narrativo y estético, al enmarcar parámetros focales para la audiencia, desde una línea editorial. Esta línea es delimitada desde los comparativos dados en el desarrollo de la información y en una línea cronológica, que posibilita el equiparar, distar y relacionar los sucesos relevantes para quienes establecen las prioridades informativas, el *agenda setting*.

Sin embargo, hay comunidades que reconocen la importancia y el impacto de los medios masivos de comunicación y como consecuencia hacen un proceso de construcción y desarrollo de sus “medios comunitarios”, los cuales pese a no tener el mismo alcance y despliegue de los *mass media*, definen la realidad desde lo cotidiano. Como muestra de ello es la experiencia que compartió la Corporación Comuna con los estudiantes de UNIMINUTO Seccional Bello en el marco del III Festival de las Comunicaciones y V Semana de las Letras<sup>1</sup>, en el que se habló de la iniciativa de un grupo de jóvenes de la Comuna 8 de

<sup>1</sup> El III Festival de las Comunicaciones y la V Semana de las Letras es un espacio académico y cultural, a través del cual se pretende plantear una reflexión sobre la comunicación como fenómeno que acompaña todas las esferas de la condición humana. En la tercera versión del Festival denominada “Comunicación, Cuerpo e Imagen”, se exploró la idea del cuerpo y la imagen como formas de comunicación en la actualidad e incluyó una serie de conferencias, talleres, ciclos de cine y eventos como el Primer Encuentro de Medios Alternativos del Norte del Valle de Aburrá y la Muestra Audiovisual Caja Mágica.

Medellín, que comprende 18 barrios y 150.963 habitantes a junio de 2011, según cifras del Sisbén (Municipio de Medellín, 2011).

En el intercambio se habló del impacto de los medios comunitarios en este sector de la ciudad, donde proponen una forma de comunicación e interacción diferente a la que proponen los medios masivos, como lo citaron en su presentación: ¿Cómo el periodismo local genera formación de comunidad? “Un medio del ciudadano es catalizador de procesos de apropiación simbólica, procesos de re-codificación del entorno, de –codificación del propio ser, es decir, procesos de constitución de identidades fuertemente arraigadas en lo local, desde donde proponen visiones de futuro” (Rodríguez, s.f). Así pues, los habitantes del sector se vinculan al proceso de construcción de la información por medio de comités editoriales abiertos y deciden qué ver, a quién, cómo se quieren ver, qué quieren contar y cómo prefieren hacerlo.

Este empoderamiento fue fundamental para los directores de los medios comunitarios y para la misma comunidad, debido al contexto social que vive la Comuna 8 de Medellín, que está permeada por el conflicto armado intraurbano, originado por los Grupos al Margen de la Ley (GAL) que condicionan la vida y el desarrollo de los individuos y de las dinámicas propias del sector, y mientras los medios masivos ilustraban en sus páginas lo que según ellos ocurría en la zona con titulares como: “Más violencia en las Comunas 8 y 13”<sup>2</sup> “Balaceras pararon buses en la Comuna 8”<sup>3</sup>, para mencionar algunos medios, los habitantes del sector contaban su realidad desde otra perspectiva: “Por la no violencia y el respeto a la vida” es el titular de primera página, publicado en la edición número 44 del periódico Visión 8 (Comuna, 2012) o “Más fuerte que la guerra” (Comuna, 2012). Esto refleja la importancia y pertinencia de tener identidad y puntos de referencia que permitan mostrar la realidad con otros ojos, no con los de la generalización, sino desde la apropiación y desde las vivencias.

Además de lo anterior, es pertinente considerar que el papel de los medios comunitarios e incluso su permanencia están condicionadas en algunas ocasiones a subsidios o inyecciones de capital a partir de las políticas públicas y el

Presupuesto Participativo<sup>4</sup>, sin embargo, los miembros de la Corporación implementaron diferentes estrategias para que sus medios sean económicamente viables, y también para la formación de públicos y la construcción de contenidos a través de escuelas de periodismo, formación visual y radial. Esta propuesta evidencia que es posible la intervención del individuo en un proceso informativo y comunicativo de trascendencia social, además del notable impacto que esta pedagogía tiene en la ciudad de Medellín, ya que varios medios quieren replicar el método de la Corporación Comuna en otros lugares de la ciudad.

Con lo anterior, se pretende demostrar que por parte de los directores de los medios, sí es posible hacer una elección a conciencia y que no toda la información ofertada por los canales y los medios masivos de comunicación genera el mismo impacto o interés en el receptor, pues el “efecto” de la persuasión no necesariamente está condicionado por el emisor del mensaje; el receptor, como parte activa de la estructura básica de la comunicación, puede empoderarse de la información y transformarla en un proceso de comunicación, interacción y retroalimentación.

**El “efecto” de la persuasión no necesariamente está condicionado por el emisor del mensaje; el receptor, como parte activa de la estructura básica de la comunicación, puede empoderarse de la información y transformarla en un proceso de comunicación, interacción y retroalimentación**

## LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS EN EL INDIVIDUO

Según Chomsky (1997) existen “...diferentes medios de comunicación que hacen cosas diferentes como el entretenimiento, si se trata de dirigir la audiencia de masas... Hay otro sector de los medios de comunicación, los medios de élite, que son los que establecen el marco en el que los demás funcionan...” (Párrafos 5 y 6)<sup>5</sup>. Sería válido entonces preguntarnos, como audiencia, qué tipo de receptores

<sup>4</sup> Los recursos del Presupuesto Participativo son públicos. En la ciudad cada año, el Concejo de Medellín aprueba un plan de inversiones en el cual el recurso para la Planeación Local y el Presupuesto Participativo corresponde al 5% del presupuesto municipal. La inversión pública es el dinero que el gobierno destina para resolver los problemas y desarrollar las potencialidades del territorio. (Medellín Digital, s.f)

<sup>5</sup> Traducción de la autora

<sup>2</sup> Periódico El Colombiano de Envigado, 19 de Febrero de 2013.

<sup>3</sup> Periódico El Tiempo de Bogotá, 25 de febrero de 2013

somos y cuál es nuestra decisión mediática en cuanto a contenidos se refiere. La respuesta no es simple, pues desde la misma propuesta comunicacional los medios masivos fragmentan los contenidos de acuerdo con el nivel de conocimiento y de exigencia intelectual de sus audiencias.

Actualmente nos debatimos entre una amplia gama de *realities*, contenidos visuales estereotipados o importados audiovisuales –los cuales desarrollaremos más adelante–, que nos condicionan y persuaden como receptores. Ahora bien, existen propuestas de programas de opinión que en ocasiones desarrollan una temática que no es del dominio de toda la audiencia y por tanto, hay una brecha que implica que no todos podemos acceder de la misma forma al proceso informativo y comunicativo. Como resultado, nadie regula de manera absoluta el modo en el que se recibe el mensaje, ni nosotros como audiencia, ni los *mass media* como emisores. ¿A qué se debe esta contradicción? A unos principios básicos: el conocimiento, la formación del criterio y la educación.

### **Nadie regula de manera absoluta el modo en el que se recibe el mensaje, ni nosotros como audiencia, ni los mass media como emisores**

#### EL COMPROMISO DE LA ACADEMIA CON LOS CONTENIDOS MEDIÁTICOS

La educación es el principio misional y visional del Sistema UNIMINUTO, que tiene como pilar el ser humano pensante, proponente, que puede discernir a través de la apropiación del conocimiento y a partir de una intervención que le permite encontrar reconocimiento, y de esta forma expresarlo en diferentes contextos, desde el ámbito social hasta la oferta mediática.

Desde la misión de UNIMINUTO resulta pertinente establecer una nueva propuesta de comunicación porque esta permite, precisamente, el intercambio, la capacidad de réplica y un enriquecimiento mutuo a través de los componentes del proceso comunicativo –el emisor, el medio, el código, el mensaje, el receptor–, validando incluso el contenido, pero no en forma de mensaje, sino el contenido a partir del código, y esto se logra desde la comunicación para el desarrollo. Para responder a esta situación, el Proyecto Curricular del Programa Académico de Comunicación Social y Periodismo de UNIMINUTO, tiene como componente la comunicación para el desarrollo porque (...)

No se trata entonces de hacer una comunicación distinta, sino una que se ponga a disposición de la construcción del mundo de lo público, a través de la articulación de los sujetos y de sus capitales. En segundo y último propósito la comunicación para el desarrollo es la generación del capital social para que se pueda construir lo público (Rocha, 2009, pág. 38-39).

Para dar un ejemplo académico, se menciona el acercamiento que realizaron los estudiantes de séptimo semestre de Comunicación Social y Periodismo de UNIMINUTO Seccional Bello en el sector La Honda, del barrio La Cruz de la ciudad de Medellín. El proyecto consistió en la documentación de la transformación del sector, a partir de diferentes variables de investigación tales como: cultura, educación, estilos de vida, salud, transformación arquitectónica y participación femenina.

El papel de los medios y de nuestros estudiantes era realizar una serie documental para radio y/o televisión que posteriormente fue entregada a la comunidad. En ella se conocieron las historias de sus habitantes y su percepción frente a estos temas. Estos productos son el reflejo directo

de lo que la comunidad del sector piensa con relación a su entorno, fueron narrados desde su punto de vista, su concepción y construcción crítica, y es en este punto cuando el código, es decir, la manera en la que desciframos

el mensaje, cobra especial importancia. Para Daniel Rentería líder comunitario:

“Es la primera vez que una universidad viene al barrio y cuenta lo que nosotros sentimos, vivimos y queremos y nos muestran los programas que realizaron con nosotros. No solo fue una investigación sino que eso nos ayudó a crecer como comunidad” (Vargas - Rentería, entrevista personal, junio 3 de 2012).

Más que la aproximación a lo mediático o la apropiación tecnológica del medio, se debe atender la manera cómo se establece la comunicación, el interés por el conocimiento, el acercamiento al saber, no solo el qué me dicen sino cómo lo dicen, qué digo y cómo lo digo, para que de esta forma se propicie un aporte social desde los mismos sistemas de asimilación de la información y de la comunicación.

Como lo menciona Nancy Prada, “los medios de comunicación cumplen una función de poder, privilegiando ciertos discursos y poniéndolos a circular, no podemos entender el modelo comunicativo como unidireccional y pensar que quienes reciben los mensajes son actores pasivos” (Parada citada por Arangure, Párrafo 14). En esa medida se hace necesario considerar la forma en la que el receptor articula y procesa la información y los mensajes

que proponen los medios de comunicación, para que de esta manera exista un empoderamiento y una participación real en la construcción de contenidos mediáticos que propicien un intercambio de intereses, y se muestre un escenario posible de construcción colectiva de conocimientos a partir de los medios.

“La batalla por la supervivencia del hombre como ser responsable en la Era de las Comunicaciones no se gana en el lugar donde parte la comunicación sino en el lugar donde llega” (Eco, 1987, pág. 81). Si analizamos el planteamiento de Umberto Eco podemos inferir que a partir de lo que se propone, el destinatario puede ejercer un rol de interlocutor, pero no desde la retórica sino desde la perspectiva del aprendizaje, pues tiene la oportunidad de organizar e interpretar las cosas de diferente manera apropiándose del trasfondo de los contenidos y no de su superficialidad.

La lectura de la realidad debe reflejarse en los contenidos propuestos por los medios de comunicación, y con experiencias como la del sector La Honda del barrio La Cruz se propician la visualización y audición de la cotidianidad de lo tangible y real en una ciudad como Medellín, y no una evasión de las vivencias, acciones o situaciones de un grupo de personas a partir de una visión acomodada de lo real a partir de una línea editorial de un medio masivo de comunicación.

La propuesta es lo esencial y lo esencial es posible a partir de lo audiovisual como en el caso de Chaplin, quien -entre otras cosas- realizó el planteamiento de una realidad social por medio del humor pero a su vez transmitió un mensaje, un sentimiento, una emoción, una identificación y un reconocimiento. Reconocimiento e interlocutor, ésta podría ser una fórmula equilibrada pues si exponemos una situación común en la que estamos inmersos, validamos y comprendemos cuál es su origen y contexto, podemos ejercer nuestro rol de interventores y seres pensantes para construir un pensamiento individual que posibilite una interpretación de la realidad desde diferentes perspectivas, más importante aún si esta interpretación y construcción se hace a partir de nuestra razón de ser, la comunicación y la educación.

Una alternativa interesante para lograr equilibrio desde la comunicación, la comunicación para el desarrollo y la educación, es el replantear la integración de los medios masivos dentro del ámbito académico, por medio del fortalecimiento de la interlocución. Nuestro principal interés, más que la novedad, es el trasfondo, el trasfondo del pensamiento, la articulación en el entorno educativo, y la transformación del entorno a partir del ejercicio académico que nos permita ser propositivos, creativos, vanguardistas

y todo desde la apuesta de incentivar el interior, el ser, el ser pensante y el ser humano transformador.

Código, educación, comunicación y apropiación se enumeran en una misma categoría pero su rol va más allá de una igualdad jerárquica, este argumento puede partir de la siguiente afirmación: “debemos ser capaces de imaginar unos sistemas de comunicación complementarios que permitan llegar a cada uno en particular” (Eco, 1987, pág. 81) y nuestro reto como formadores es preparar a nuestros futuros egresados en una corriente que permita estar en consonancia con el otro sin discrepar necesariamente de los lineamientos ya concebidos por los medios masivos de comunicación. Nuestra oportunidad está en prepararlos para una nueva interacción y nuestro reto es validar que nuestros enfoques formativos tengan respuesta a este tipo de inquietudes.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arangure, Á. (2009, 3 de noviembre). *Colombia: Las muñecas de la mafia, ¿reflejo o modelo de mujer?* Recuperado el 30 de Mayo de 2012, de [http://www.bogota.gov.co/portel/libreria/php/frame\\_detalle\\_mujer.php?h\\_id=37970&patron=01.070815](http://www.bogota.gov.co/portel/libreria/php/frame_detalle_mujer.php?h_id=37970&patron=01.070815)
- Arendt, H. (1993). *Charles Chaplin: el sospechoso*. Archipiélago: Cuadernos de la crítica de la cultura, (12), 61-64.
- Arroyave, J., Barrios, M. y Obregón, R. (2010, 21 de Julio). *En la televisión colombiana prevalecen estereotipos negativos de la mujer*. Recuperado el 30 de Mayo de 2012, de Ministerio de Educación de Colombia, página web Centro Virtual de Noticias de la Educación, <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-240264.html>
- Comuna, C. C. (2012, Octubre). <http://www.ciudadcomuna.org/periodico-comunitario-vision-8.html>. Recuperado el 4 de Marzo de 2013, de <http://www.ciudadcomuna.org/periodico-comunitario-vision-8.html>
- Comunicar revista científica de comunicación y educación. (s.f.). <http://www.revistacomunicar.com/>. Recuperado el 12 de Junio de 2012, de <http://www.revistacomunicar.com/pdf/noam-chomsky-la-manipulacion.pdf>
- Chomsky, N. (1997, Octubre). *What Makes Mainstream Media Mainstream*. Recuperado el 30 de mayo, de <http://www.chomsky.info/articles/199710--.htm>
- \_\_\_\_\_. (1997). Recuperado el 11 de Abril de 2011, de [www.chomsky.info/articles/199710--.htm](http://www.chomsky.info/articles/199710--.htm)

- \_\_\_\_\_. (2002). *Media Control: The Spectacular Archiverments of propaganda*. New York: Seven Stories Press.
- Digital, M. (s.f). <http://www.medellindigital.gov.co>. Recuperado el Marzo de 15 de 2013, de <http://www.medellindigital.gov.co/pp/Paginas/que-es-pp.aspx>
- Eco, U. (1987). *Para una guerrilla semiológica*. En U. Eco, *La estrategia de la ilusión* (pp. 77-82). Barcelona: Random House Mondadori.
- Elcolombiano.com. (2013. 19 de febrero). <http://www.elcolombiano.com/>. Recuperado el 1 de Abril de 2013, de [http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/M/mas\\_violencia\\_en\\_las\\_comunas\\_8\\_y\\_13/mas\\_violencia\\_en\\_las\\_comunas\\_8\\_y\\_13.asp](http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/M/mas_violencia_en_las_comunas_8_y_13/mas_violencia_en_las_comunas_8_y_13.asp)
- Eltiempo.com. (2013, 25 de febrero). <http://www.eltiempo.com/>. Recuperado el 23 de Marzo de 2013, de [http://www.eltiempo.com/colombia/medellin/ARTICULO-WEB-NEW\\_NOTA\\_INTERIOR-12618154.html](http://www.eltiempo.com/colombia/medellin/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12618154.html)
- Instituto Interamericano de Derechos Humanos. (s.f.). *Aculturación / Transculturación*. Recuperado el 30 de Mayo de 2012, de [http://www.iidh.ed.cr/comunidades/diversidades/docs/div\\_vocabulario/aculturacion.htm](http://www.iidh.ed.cr/comunidades/diversidades/docs/div_vocabulario/aculturacion.htm)
- Municipio de Medellín. (2011). *Base de datos del sisbén junio de 2011: perfil socioeconómico comuna 8 Villa Hermosa*. Recuperado el 30 de Mayo de 2012, de <http://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Planeaci%C3%B3n%20Municipal/Secciones/Indicadores%20y%20Estad%C3%ADsticas/Documentos/Estad%C3%ADsticas%20Sisb%C3%A9n/Perfil%20SISB%C3%89N%202011%20Comuna-Correg/Perfil%20SISB%C3%89N%20Comuna%2008%20Junio%202011.pdf>
- Rocha, C. (2009). Proyecto Curricular del Programa de Comunicación Social - Periodismo. En C. U. César Augusto Rocha Torres, & F. d. Comunicación (Ed.). Bogotá, D.C, Colombia: Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO.
- Rodríguez, C. (2008). *Lo que le vamos quitando a la guerra*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Toro, N., Muñoz, A., & Montoya, H. (n.d.). *Construcción Social del Hábitad*. Recuperado el 29 de Mayo de 2012, de [http://construccionsocialdelhabitat.files.wordpress.com/2011/05/comuna\\_8\\_memoria\\_y\\_territorio.pdf](http://construccionsocialdelhabitat.files.wordpress.com/2011/05/comuna_8_memoria_y_territorio.pdf)