

Juventud y ciudadanía: uso de los medios digitales en la ONG Aldeia, en Fortaleza

Juventude e cidadania: uso das mídias digitais na ONG Aldeia, em Fortaleza

Youth and citizenship: usage of digital media at the NGO Aldeia, in Fortaleza

Denise Maria Cogo¹

Daniel Barsi Lopes²

Resumen *El artículo analiza los procesos de comunicación ciudadana protagonizados por los jóvenes que actúan en la asociación Aldeia, en Fortaleza, Ceará. El marco teórico abarca los estudios sobre movimientos sociales, medios digitales y comunicación ciudadana. Recogemos tres aspectos en los usos de la tecnología por los jóvenes de Aldeia: 1) la falta de una mayor criticidad en la lectura de los medios, 2) la complementariedad entre los medios analógicos y digitales, y 3) la demanda hacia una mayor profesionalización. Palabras-clave: Juventud. Ciudadanía. Medios digitales. Movimientos sociales.*

Resumo *O artigo analisa os processos de comunicação cidadã tecidos por jovens que atuam na associação Aldeia, em Fortaleza, Ceará. O marco teórico da pesquisa abrange os estudos sobre movimentos sociais, mídias digitais e comunicação cidadã. Selecionamos, como resultado da pesquisa, três aspectos dos usos das tecnologias pelos jovens do Aldeia: 1) a ausência de uma maior criticidade na leitura dos meios; 2) a complementaridade entre as mídias analógicas e as digitais; e 3) a demanda por profissionalização. Palavras-chave: Juventude. Cidadania. Mídias digitais. Movimentos sociais.*

¹ Posdoctorado en la Universitat Autònoma de Barcelona – UAB, España. Profesora Titular del Programa de Posgrado en Ciencias de la Comunicación de la Unisinos. Investigadora de Productividad del CNPq.

² Doctor en Ciencias de la Comunicación en la Unisinos-RS y Profesor de la FANOR y FCRS (Ceará).

Abstract *The article examines the citizen communication processes tissues by young working in association Aldeia, in Fortaleza, Ceará. The research is theoretical studies of social movements, digital media and citizen communication. Selected as a result of the research, three aspects of the uses of technology by Aldeia young participants: 1) the absence of greater criticality in reading the media; 2) the complementarity between analog and digital media; and 3) the demand for professionalism*

Keywords: *Youth. Citizenship. Digital media. Social movements.*

Data de submissão: 26/01/2013

Data de aceite: 04/03/2013

Introducción

A pesar del “lugar común” que implica abordar las transformaciones provenientes de la presencia y del impacto de las tecnologías en la vida social, entendemos que es necesario señalar, en la introducción de este artículo, algunos de los cambios que observamos en la sociedad en esas dos últimas décadas, especialmente a partir del inicio de la popularización de la internet residencial. Las mutaciones en las experiencias subjetivas y en las sociabilidades ocasionadas por la emergencia y la diseminación de los medios digitales³ vienen repercutiendo significativamente en nuestros modos de ser y de estar en el mundo, y reconfigurando, también, la acción de los movimientos sociales y las prácticas de ciudadanía de los actores colectivos en la contemporaneidad

Estas transformaciones en los modos de articulación y de organización de la sociedad vienen atribuyendo otros contornos a la llamada comunicación ciudadana, noción gestada, principalmente, en el contexto del pensamiento latinoamericano, y alrededor del cual se vienen desarrollando reflexiones sobre las prácticas de actores y de movimientos sociales orientados a la democratización del acceso, de la producción y de la gestión de los recursos comunicacionales en los procesos de luchas y de transformación y de gestión de los recursos comunicacionales en los procesos de lucha y de transformación de la sociedad. Los medios digitales han provocado en las últimas décadas reordenamientos en esas prácticas de comunicación ciudadana al favorecer la intensificación de los flujos y de las redes comunicacionales y al abrir nuevas posibilidades de experimentación comunicacionales, profundizando el desplazamiento de la condición de audiencia de los actores sociales para el de productores de contenidos mediáticos y gestores de políticas comunicacionales.

³ Cuando hablamos de los medios digitales, estamos refiriéndonos a los medios y soportes de comunicación que se utilizan de la tecnología de codificación y decodificación de señales digitales. São meios e ferramentas que tornam possível a produção e o compartilhamento de textos, sons e imagens em um tipo único de formato, que é o digital.

En el marco del escenario anteriormente descrito, el interés de este artículo es⁴ percibir qué procesos de comunicación ciudadana son engendrados por los jóvenes cuando estos actores colectivos pasan a desarrollar prácticas de usos y apropiaciones de los medios digitales en el ámbito de asociaciones y proyectos dirigidos a la inserción sociocultural de la juventud en situación de vulnerabilidad social. El objeto de referencia de la investigación es la asociación *Aldeia*, localizada en Fortaleza, en la región Nordeste de Brasil, una organización que trabaja con jóvenes que viven en la región del Morro Santa Terezinha⁵, área de riesgo y pobreza, según una visión construida y difundida por algunos medios de comunicación⁶ que cubren casi diariamente los fenómenos de la criminalidad que suceden en aquel lugar.

De la comunicación popular a la comunicación ciudadana

Hablar de movimientos de jóvenes y de su potencial de inserción ciudadana a partir de los usos de los medios digitales es rescatar, inicialmente, el itinerario de entrecruzamiento entre los movimientos sociales y la comunicación. Es necesario resaltar, desde un principio, que iniciativas como las desarrolladas por *Aldeia* no han surgido de la casualidad ni tampoco son una novedad. Las acciones de este tipo, aunque con perfiles distintos, son herederas de una trayectoria de movimientos populares que se han desarrollado en América Latina en las décadas de los sesenta y setenta del siglo pasado, vinculadas especialmente al escenario de reacción a la dictadura militar.

⁴ Las reflexiones que se llevan a cabo en este artículo provienen de los resultados de la investigación de doctorado de Daniel Barsi, desarrollada en el Programa de Posgraduación en Ciencias de la Comunicación de la UNISINOS bajo la orientación de la Dr^a. Denise Cogo, entre 2008 e 2012. Ver Barsi Lopes (2012).

⁵ Los habitantes del morro viven, en gran parte, abandonados por los poderes públicos y atemorizados por la violencia del lugar, como consecuencia de que Fortaleza es una metrópolis dividida, desigual, donde se forman áreas periféricas incluso en el interior de la ciudad (geográficamente próximas del Centro, como en el caso del Morro Santa Terezinha).

⁶ En especial, los noticieros televisivos sensacionalistas locales, como *Barra Pesada*, exhibido por la TV Jangadeiro, retransmisora de la TV Bandeirantes en Fortaleza, y *Cidade 190*, presentado por la TV Cidade, retransmisora de la Rede Record en la capital de Ceará.

En el panorama brasileño, una comunicación alternativa aparece más vinculada a los intelectuales de izquierda, que actúan en oposición a la dictadura militar, conforme se pudo observar en propuestas como la de los periódicos *Opinião*, *O Pasquim* y *Coojournal*, al tiempo que la comunicación popular surge inserta en movimientos de base (como las Comunidades Eclesiales de Base), asociaciones comunitarias, grupos populares (como de mujeres). Ambas se constituyen como modos de resistencia a una comunicación de masas que se desarrolla alineada a los intereses hegemónicos de grandes grupos económicos y políticos y que incluyen los de las propias organizaciones mediáticas (COGO, 2005)⁷.

Sin embargo, a pesar de las diferentes denominaciones que puede recibir ese tipo de comunicación más dialógica, una serie de fenómenos sociales, económicos, políticos y culturales – que se han intensificado cada vez más en los últimos años – han colaborado en un proceso de difuminación de las fronteras entre lo alternativo, lo comunitario, lo popular etc. La globalización económica y cultural, que reconfigura los marcos identitarios; el transnacionalismo, que produce la relativización de los Estados nacionales; la formación de la sociedad en red, que puede favorecer las relaciones más horizontales y menos jerárquicas; el incremento de las tecnologías de la comunicación – especialmente el surgimiento de Internet – que altera sustancialmente las nociones de espacio y de tiempo– pueden ser señalados como ejemplos de algunas de esas transformaciones en curso en el escenario contemporáneo.

Dentro de ese conjunto de cambios, no se puede dejar de destacar, también, la intensificación de los flujos migratorios internacionales, que impulsa una mayor hibridación cultural al tiempo que favorece la formación de comunidades xenófobas y fundamentalistas; la diversificación de las propuestas y concepciones de ciudadanía, con su ampliación más allá de los derechos sociales, civiles y políticos; y los propios reordenamientos de los movimientos sociales, que se juntan a nuevas agendas y a diversificadas demandas socioculturales, económicas y po-

⁷ No podemos dejar de citar, también, la acción de varios movimientos que, en el contexto brasileño, han luchado en pro de las clases trabajadoras, como los movimientos sindicalistas.

líticas (COGO, 2010). Además de presentes en los conflictos que son claramente de clase, los movimientos sociales insertan en sus agendas de lucha otras cuestiones relacionadas con las desigualdades sociales y culturales, como aquellas relativas a las identidades étnicas, sexuales, ambientales, regionales, urbanas, etc.

En el marco de esas mutaciones, que han provocado reordenamientos en los campos de lo alternativo, lo comunitario y lo popular y de la emergencia de la noción de ciudadanía como unas de las esferas centrales de la comunicación producida por los movimientos sociales, optamos por situar las prácticas juveniles analizadas en ese artículo en el ámbito de la comunicación ciudadana⁸. No pretendemos por eso desconsiderar los antecedentes de la presencia de la ciudadanía como una perspectiva sociopolítica central de las prácticas de comunicación alternativa y popular de los movimientos sociales en el contexto latinoamericano, aunque podamos observar que, entre los setenta y los noventa, la comunicación ciudadana haya sido escasamente utilizada en América Latina para nombrar la comunicación alternativa y popular –tanto en el ámbito de los movimientos sociales como en la esfera de la investigación comunicacional⁹. Los estudios acumulados, sin embargo, permiten afirmar que esas prácticas se movilizaban en torno a ideales ciudadanos de democratización de los procesos y de los medios de comunicación, vinculados a algunos idearios de transformación social.

Desde una tesitura en las redes locales, nacionales y transnacionales¹⁰ la ciudadanía ya se constituía, por tanto, en una “cuestión comunicacional” para sectores de la sociedad civil y para movimientos sociales organizados, al tener en cuenta que sus prácticas de comunicación

⁸ No desconsideramos aquí que la profusión en el empleo del término “ciudadanía” por diferentes sectores (académico, empresarial, gubernamental, etc.) en los últimos años impacte la propia capacidad explicativa del concepto, y contribuya a atribuirle una elasticidad exagerada a esa noción conceptual.

⁹ Muchas veces eran una más entre las varias terminologías empleadas para nombrar las experiencias de comunicación de los sectores populares, denominadas, entre otros términos, como alternativa, popular, comunitaria, local, dialógica y horizontal.

¹⁰ Cabe señalar que esa comunicación se ha desarrollado a través de la combinación de perspectivas locales (de las ciudades, de los barrios etc.), nacionales (de los países latinoamericanos) y, en cierta medida, también transnacionales (en la esfera de América Latina y de los vínculos entre los países latinoamericanos y europeos).

buscaban orientarse por el desplazamiento de modelos instrumentales y difusionistas para perspectivas predominantemente interaccionistas. Es decir, intentaban dar prioridad a las interrelaciones entre los polos de la producción y de la recepción comunicacionales, con énfasis en la comunicación como proceso, con la perspectiva de ampliar los espacios de intervención de sectores sociales en micro y macro instancias de las políticas y de las prácticas de comunicación. En síntesis, la ciudadanía aparece incluida como “cuestión comunicacional” en la agenda de luchas de la sociedad civil, marcada, específicamente, por la preocupación por la democratización de los procesos comunicacionales y mediáticos en el contexto latinoamericano como una condición primordial para la conquista de la igualdad social.

Más recientemente esa importancia central del término “ciudadano” se evidencia en las reflexiones académicas como las de Martín-Barbero (2008), que defiende la comunicación ciudadana como terminología más apropiada para nombrar el panorama cada vez más denso e interconectado de redes de medios comunitarios dinamizados en la contemporaneidad. Aunque puedan ubicarse y ser producidas desde el lugar, esos medios comunitarios buscan, de modo creciente, abarcar otras esferas e intervenir en distintos ámbitos, como el regional y el nacional, anclados en proyectos y agendas más amplios, como el de los dos conflictos políticos o las de las cuestiones socioambientales (MARTÍN-BARBERO, 2008).

En el esfuerzo de comprensión de esa comunicación ciudadana, Martín-Barbero presupone, también, para las llamadas investigaciones de recepción latinoamericanas, el desplazamiento del análisis del consumo o de la lectura de los medios por parte de los receptores, para el análisis de los procesos de “apoderamiento” – o de lo que podríamos denominar igualmente de “políticas del sujeto” –, gestadas en experimentaciones con las tecnologías de la comunicación. En torno a esa dimensión, el posicionamiento del autor ya sugiere la actualidad de la noción de ciudadanía comunicativa, a partir de la afirmación de la emergencia del concepto de “medios ciudadanos” – en lugar de

medios de comunicación comunitarios y populares— como aquellos generados en las “brechas” conformadas en las contradicciones más amplias del capitalismo y en las pequeñas contradicciones cotidianas (MARTIN-BARBERO, 2008).

Si en América Latina hablar de “alternativo”, según rescata el autor, significaba asumir la autenticidad y la belleza que representaba “ser pequeño” o la posibilidad de constituirse como una alternativa a la amplitud, al imperialismo y a la “mentira” de los medios de comunicación, hablar de lo comunitario estuvo asociado al deseo de perseguir una democratización interna de los medios, en lo que se refiere a la participación de los diferentes sectores populares, como las mujeres, los niños, los jóvenes, etc. (MARTIN-BARBERO, 2008).

Más recientemente el ciudadano parece emerger para afirmar la capacidad de los usos de los medios de comunicación para hablar de la vida de los barrios y de las naciones, poniendo en evidencia que lo comunicacional más que lo tecnológico se transforma en la clave de transformación política y democrática. Martín-Barbero nos hace reflexionar que “las personas saben que, en la comunicación, comienzan a tener un poder que nunca tuvieron. [...] Son los cuentos, las canciones, narrativas, no solo la transmisión de la palabra, sino la visibilidad política para hacerse presente con nuevas formas de ciudadanía” (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 161).

En las relaciones entre comunicación y prácticas de ciudadanía, cabe enfatizar, también, que entendemos la primera como un potencial para que los sujetos colectivos actúen en el sentido de construcción de la segunda. El derecho a la comunicación no es algo que debe ser pensado solamente a partir de la perspectiva del acceso, sino también del derecho de todos a producir comunicación, a difundir contenidos, a gestionar políticas públicas en ese ámbito. Los procesos de aprendizaje educacionales no se dan solamente a partir de la apropiación de los mensajes emitidos por los medios, sino también, desde su producción y gestión. En la participación en el diseño de proyectos que abarquen las tecnologías, en la toma de decisiones, en la investigación y producción de temáticas de relevancia que merezcan ser debatidas

públicamente, en la visibilidad de otros contenidos no priorizados en el espacio de los grandes conglomerados mediáticos, en los procesos de edición que prioricen otras gramáticas comunicativas, están algunas de las dimensiones de una comunicación ciudadana en la que los procesos sociocomunicacionales pueden asumir más relevancia que el producto final en sí, especialmente cuando la sociedad pasa a organizarse a través de la lógica de las redes.

Las redes y la participación en la sociedad

La juventud contemporánea configura un grupo plural y heterogéneo, que ha experimentado modos múltiples y contradictorios de apropiaciones y usos de las tecnologías de la comunicación en la vida cotidiana. Las relaciones de los jóvenes con la sociedad en red comportan una multiplicidad de patrones que han colaborado a desestabilizar la percepción hegemónica sobre la existencia de un único modelo de vínculo del joven con el sistema digital, en el que la juventud aparecería definida como aquella permanentemente conectada al mundo virtual y aislada de su entorno social concreto.

En la perspectiva de desplazamiento de ese modelo, que aparece frecuentemente afirmado por la literatura académica o incluso por el sentido común, proponemos pensar los medios digitales como artefactos que, más que promover los procesos del individualismo y del aislamiento social, son capaces de potencializar apropiaciones y usos sociales. Los procesos de interacción con esos medios pueden favorecer, entre otros, alternativas de entretenimiento, interés por el entorno local y por los acontecimientos globales, participación en determinadas instancias de la sociedad, o incluso, instauración de dinámicas de ciudadanía.

Los contornos que asumen las experiencias de ejercicio de la ciudadanía en la actualidad superan la tradicional cuestión de los derechos sociales, políticos y civiles para hacer referencia a elementos relativos a la producción y a la gestión comunicacional y, también, a los diálogos, dispu-

tas y aproximaciones productivas entre las diferentes culturas. Otros modos de ejercicio ciudadano van conformándose, en la actualidad, para impulsar procesos de desplazamiento de un ideario de ciudadanía anclado en una línea política *stricto sensu* para abarcar, también, cuestiones culturales y de (re)afirmación identitaria y, al mismo tiempo, ser dinamizados en el ámbito de las llamadas micropolíticas de lo cotidiano y no ya solamente en las instancias macro de la vida institucional. La noción de “ciudadanía activa” se hace útil, en esa perspectiva, para desplazarnos de la percepción de una ciudadanía atribuida y distribuida por los Estados y ubicarnos en una óptica relacional, que pone Estado y sociedad en la disputa y negociación de recursos y derechos ciudadanos. Como dice Hopenhayn (2002, p. 9), la idea republicana de ciudadanía reaparece, “pero no en el horizonte de la participación política o de los grandes proyectos de sociedad, sino en una gran variedad de prácticas de *low profile* (perfil bajo), sean asociativas o comunicativas, que no necesariamente compiten en el público estatal”. Muchas de esas políticas hoy se dirigen a los usos de los medios hacia la construcción y hacia la visibilidad públicas de agendas de movilización y luchas por parte de actores y movimientos sociales.

La propia constitución de la sociedad en red y de la presencia central de las tecnologías de la comunicación en la vida social ha sido señalada como un proceso que viene impactando los modos de ejercicio de la ciudadanía en el espacio público. Aunque sea una práctica humana muy antigua, la formación de las redes se redimensiona, en la actualidad, a partir de tres procesos que, presentados por Castells, están relacionados a las exigencias del sector económico por flexibilización administrativa y organización del capital; a la supremacía de valores sociales relacionados a la libertad individual y a la comunicación abierta; y a los avances extraordinarios en la computación y en las telecomunicaciones, posibilitados por la revolución microelectrónica (CASTELLS, 2003). Como Molina también cita (2004), la emergencia del debate acerca de las redes está asociada a una sensación de interconexión que acompaña las relaciones contemporáneas y que no es solamente propia de las redes, sino un fenómeno ampliamente difundido.

Para Castells (1999), las redes configuran las lógicas de la organización social contemporánea, y se caracterizan por la generación, procesamiento y transmisión de la información como fuentes fundamentales de productividad y de poder. En la visión del investigador, los aspectos esenciales de la constitución de esa organización social condicionan, o impactan de alguna forma, dimensiones tan diversas como la economía, el conocimiento, el poder, la comunicación y la tecnología, al sugerir que la sociedad en red sería la estructura social dominante del planeta. (CASTELLS *et ál.* 2007). El autor piensa la sociedad en red a partir de un alcance de aplicación transversal, es decir, a través del análisis de aspectos económicos, culturales, políticos y sociales, al mismo tiempo en que reconoce que la lógica de red, aunque asuma una dimensión global, no sustituye otras estructuras sociales más centralizadas y jerárquicas.

El carácter no homogéneo de lo que propone llamar de *sociedad en red* lo destaca Castells en una investigación sobre los usos de Internet en la región de Cataluña (España), en la que el autor evidencia la parcialidad de acceso y de consumo de Internet por parte de la población mundial (CASTELLS *et ál.*, 2007). Los límites de autonomía, elecciones y decisiones en la sociedad en red son discutidos por otros autores, como Cardoso (2007), que vincula ese tipo de organización social directamente a la capacidad de interacción de los sujetos individuales con las tecnologías, pero que, según alerta él mismo, estará condicionada siempre por límites sociales, económicos y políticos que definen el acceso y el uso de las tecnologías. La no homogeneidad de la sociedad en red sugiere, también, que no podemos desconsiderar la importancia que tienen aún, para las sociedades contemporáneas, las interacciones cara a cara y no mediadas por las tecnologías.

La actuación de los movimientos sociales recibe el impacto de los modos de organización de la sociedad en red y de las posibilidades abiertas a los sujetos sociales, dispersos por diferentes territorios, de articularse y de congregarse, aunque de modo parcial y temporal, a partir de la mediación, en muchos casos, de los medios digitales. Lo que algunos autores han denominado de “activismo en red” (MACHADO, 2007) aparece,

por ejemplo, materializado en un amplio espectro de acciones locales, nacionales y transnacionales multiterritorializadas, en que las tecnologías de la comunicación, especialmente Internet, asumen preponderancia en las estrategias de planificación, articulación y movilización de los movimientos sociales. Esa nueva forma de organización en red resulta, según Machado (2007, p. 268), en la “ampliación de la capacidad de producir, reproducir, compartir, expresar y difundir hechos, ideas, valores, visiones de mundo y experiencias individuales y colectivas hacia identidades, intereses y creencias – y en un espacio muy corto de tiempo”.

La asociación *Aldeia* y el recorrido metodológico de la investigación

La investigación que origina este artículo se estableció a través de un proceso de observación de las diversas actividades del *Aldeia*, especialmente a partir del acompañamiento sistemático del *Mapa ao Quadrado*¹¹, el proyecto de la ONG que se estaba desarrollando con los jóvenes en la época de la investigación. Estuvimos presentes en los talleres teóricos impartidos, en las reuniones para discutir la concepción del producto audiovisual que se ejecutaría, en las grabaciones por los alrededores del Morro Santa Terezinha, en las producciones de las entrevistas con los principales personajes de la comunidad y en los procesos de edición del documental. También seguimos, a lo largo de los cuatro años de desarrollo de la investigación, otras iniciativas del *Aldeia*, como reuniones de la asociación, grabaciones de materiales audiovisuales, exhibiciones de cineclub, participación en avisos públicos y la realización del *Festival de Jóvenes Realizadores*¹². Algunos de los jóvenes participantes de la institución – Roberta, 18 años; Xaiane, 22 años; Rosa, 19 años; Jaqueline, 22

¹¹ Proyecto de capacitación y realización audiovisual desarrollado a través de dinero concedido por convocatoria pública de la FUNARTE. El proyecto, en sociedad, y casi un “hijo” del *Aldeia*, ha utilizado como espacio físico para los talleres y demás encuentros la sede de la asociación, en el morro, así como ha tenido el apoyo de algunos jóvenes que participan activamente del *Aldeia*.

¹² Realizado en junio de 2011, en el Centro Cultural Banco do Nordeste, en Fortaleza/CE.

años y Lucas¹³, 22 años – nos han concedido entrevistas en profundidad¹⁴ al final del proyecto *Mapa ao Quadrado*, y nos ha posibilitado conocer sus experiencias subjetivas, visiones de mundo y trayectorias en el contexto de las movilizaciones colectivas, especialmente en lo que toca a la experiencia en el ámbito del *Aldeia*.

La idea de la creación del *Aldeia*, surgió en 2004 a partir de un colectivo de cuatro sociólogos – Simone Lima, Elson Batista, Ricardo Salmito y Leonardo Sá – ligados a la universidad y que deseaban emprender proyectos extraacadémicos en la ciudad de Fortaleza. Los cuatro sociólogos, que tenían una trayectoria anterior de vínculos con los medios y de reflexión sobre los medios de comunicación, empezaron la construcción del *Aldeia* a partir de esa perspectiva crítica sobre los medios y, también, con foco en las ETS¹⁵. Uno de los grandes proyectos de la asociación, en las palabras de Siqueira (2009)¹⁶, es el *Escola de Mídia*, que ya tiene siete años y que tiene lugar, normalmente, todos los años. Se trata de un curso de capacitación de la juventud para la lectura y la producción mediáticas, fundamentado en el análisis de contenidos de géneros y de programas televisivos, con el objetivo de ampliar el potencial de expresión y de creación, al buscar transformar los jóvenes en productores y emisores de sus propios mensajes audiovisuales.

La actuación de los jóvenes en el ámbito del *Aldeia* abarca dos modalidades: la de participantes voluntarios y la de becarios, que desarrollan actividades en la asociación. Para el pago de las becas, así como para el soporte financiero de la asociación, *Aldeia* mantiene una estrecha relación con las políticas públicas. “Tenemos varios frentes. [...] entra en convocatoria pública, [...] busca sociedades en los fondos de cultura estadual, federal y municipal, [...] va detrás de quien puede apoyarnos para

¹³ Los nombres son ficticios para preservar la identidad de los sujetos-encuestados.

¹⁴ El guion de las entrevistas en profundidad englobaba cinco tópicos específicos: relaciones entre juventud y participación; consumo y uso de los medios; relaciones entre juventud y los medios; relaciones con *Aldeia* y el *Mapa ao Quadrado*; relaciones entre ciudadanía, medios y entorno local.

¹⁵ Enfermedades de transmisión sexual.

¹⁶ Las citas en este tópico del artículo provienen de las entrevistas realizadas con Simone Lima y Valdo Siqueira, directores del *Aldeia*.

el desarrollo de un proyecto” (LIMA, 2009). *Aldeia* organiza gran parte de su trabajo en función de las convocatorias, “que se lanzan y tienen que ver con educación, arte, cultura, ciudadanía, derechos civiles, todo lo que traiga alguna mejoría para las personas” (SIQUEIRA, 2009)¹⁷.

Entre las varias experiencias elaboradas por los jóvenes a través de sus participaciones en el *Aldeia*, destacamos tres ejes de análisis – que serán profundizados en el próximo apartado – que se refieren a la ausencia de una perspectiva más crítica de lectura de los medios de comunicación y de análisis de las estructuras y relaciones sociales generadoras de desigualdades; a la complementariedad entre los medios analógicos y digitales en los usos cotidianos –dentro y fuera del espacio de la asociación de los jóvenes–; y a una demanda de profesionalización para el mercado de trabajo dirigido a la comunicación.

Jóvenes y medios digitales: complementariedad, lectura crítica y profesionalización

Los protagonistas de la investigación componen un perfil no muy diferente de lo que se observa en diversas comunidades populares de otras metrópolis brasileñas¹⁸. Todos han estudiado en escuela pública y, actualmente, solo uno de los informantes posee vínculo laboral. La totalidad de los jóvenes manifiesta tener dificultades económicas, pero casi todos presentan, aunque con limitaciones financieras, acceso a los medios digitales (tocador de MP3, cámaras, etc.), incluso desde sus residencias¹⁹. Los móviles modernos, con conexión a Internet – algunos de

¹⁷ En el período elegido para la realización y acompañamiento sistemático (con comienzo, medio y fin) de un proyecto vinculado a *Aldeia* el Mapa ao Quadrado se ha presentado como la única opción, dado que el cambio de gobierno federal ha hecho que la apertura de convocatorias públicas disminuyera considerablemente en el primer semestre de 2011.

¹⁸ Fortaleza tiene cerca de 2,5 millones de habitantes (sin contar la región metropolitana) y figura, como refieren los datos del IBGE de 2010, como la quinta ciudad más poblada del país, detrás de São Paulo, Río de Janeiro, Salvador y Brasília.

¹⁹ Algunos de los jóvenes poseen ordenador y banda ancha en sus hogares. Otros, aunque con PC en casa, tienen que recurrir a los cibercafés para tener acceso a Internet, pues la conexión residencial aún es por vía telefónica, lo que genera incomodidad por parte de los jóvenes, debido a la demora y a limitación en los horarios de uso.

ellos, *smartphones* – y con diversas otras funciones, configuran la estética construida y exhibida por la mayoría de esos sujetos sociales.

La dieta mediática de los jóvenes participantes del *Aldeia* asume una dimensión de complementariedad en los usos de los medios (MORLEY, 2008), y configura un escenario en el que los accesos se dan de formas múltiples y complementarias, y combinan apropiaciones de medios “nuevos” y “tradicionales”. Las fotos y los vídeos están hechos con cámaras o con los móviles, el contenido de la televisión se ve en Internet y en la televisión; el acceso a Internet se da a partir del ordenador y del móvil; el consumo de películas y música se procesa a través de la compra de DVD piratas y de *downloads* a través de sitios web; las noticias se ven en los periódicos impresos, en los telediarios y en los portales de Internet. “Me despierto y ya pongo la radio, porque me encanta escuchar música” (Xaiane, 22 años). “Lo que más veo es la tele, la tengo todo el día puesta en casa, porque siempre hay alguien viéndola” (Rosa, 19 años). “Como me gusta cuidar de la casa, primero pongo la radio y voy haciendo mis cosas de casa. Después corro para Internet, para mirar mis correos y las redes sociales” (Jaqueline, 22 años). “Para mí, es básicamente Internet y televisión. Y la radio, que escucho cuando estoy camino del trabajo” (Lucas, 22 años).

El consumo de los medios se construye a través de rutinas en las que Internet y la televisión, principalmente, aparecen como los medios con más accesos por parte de estos jóvenes, a pesar de una amplia y pulverizada participación de otros medios en sus procesos de producción, circulación y apropiación mediáticas. Tal vez en virtud de la actuación en proyectos que se constituyen alrededor de los medios y de cierta centralidad que los medios de comunicación de masas asumen en las vivencias de los jóvenes, es posible destacar las competencias técnicas adquiridas por ellos en el trato con los medios, la absorción de sus procesos productivos, sus lógicas, lenguajes y gramáticas, al señalar el papel de las mediaciones videotecnológicas en los procesos de usos y apropiaciones de los medios de comunicación. “Me gusta ver el (tele) diario y, de vez en cuando, veo la telenovela. [...] En Internet me gusta ver las noticias. De lo que escucho en la radio voy a los portales de Internet a buscar más información, para comprobar si es verdad lo que están

diciendo” (Lucas, 22 años). “Últimamente presto más atención a las noticias nacionales y regionales, a pesar de saber que los medios, muchas veces, no enseñan la realidad, sino aquello que quieren enseñar”. (Jaqueline, 22 años).

Sin embargo, llama la atención, el hecho de que, aunque participen en proyectos que se proponen pensar sobre los medios desde otra perspectiva, contrahegemónica, estos jóvenes sigan guiones en sus incursiones por los medios que van justamente al encuentro de algunas lógicas dominantes, en términos de géneros y contenidos: series, telediarios, telenovelas y programas de humor de emisoras hegemónicas, en el caso del consumo de televisión, y portales de noticias, redes sociales y *chats* de conversación, en cuanto a los usos de Internet. “Me encanta el telediario Record News, que pone noticias de todo el mundo” (Roberta, 18 años). “Me gusta ver un poco de todo, ¿sabe?, veo el cotilleo de los artistas, voy mucho al sitio del G1 y en el UOL, para ver lo que está pasando en Brasil y en el mundo” (Xaiane, 22 años). “Me encanta el *Pânico* y *Legendários*” (Jaqueline, 22 años). O sea, programas alternativos y sitios o los blog que no estén vinculados a los grandes conglomerados mediáticos no forman parte —por lo menos no de modo regular— de los repertorios y las rutinas de consumo mediático de los jóvenes participantes de la investigación.

En ese sentido ha sido posible percibir la ausencia de una perspectiva de trabajo, en el seno de *Aldeia*, que se abra de forma más vehemente y profundizada a través de la lectura crítica de los medios y del análisis de las estructuras sociales y estatales²⁰. Hemos percibido, en el ámbito de la asociación, que, incluso después de meses de participación en un proyecto que, teóricamente, tiene la discusión sobre los medios de comunicación como uno de sus ejes orientadores, los jóvenes informantes no han sido movilizados para discutir sobre cuestiones fundamentales que, construidas por los medios, repercuten directamente en sus vidas cotidianas e inciden en las políticas de igualdad social en las cuales están insertos. Es el caso, por ejemplo, de la violencia urbana —y las formas como los medios se apro-

²⁰ Vale resaltar que no queremos decir que no haya, de modo alguno, una parcela de criticidad en las posturas de los jóvenes informantes. Nuestra reflexión es que ese carácter más reflexivo acerca del papel cumplido por los medios de comunicación podría también desarrollarse de forma más efectiva en el trabajo llevado a cabo por la asociación.

pian de ese fenómeno y lo reconfiguran—, sobre la cual parece no haber un debate de modo más efectivo en el espacio del proyecto. Algunos de los sujetos-encuestados acaban, por ejemplo, por vincular la violencia a aspectos individuales y a una perspectiva maniqueísta del bien y del mal, al eximir al Estado de sus responsabilidades. “Lo que yo cambiaría aquí en el Morro sería la violencia. [...] La violencia es algo individual, que está dentro de uno. Con el tiempo se va formando el carácter, entonces, lo que tendría que hacerse es que esa persona recibiera una orientación espiritual” (Jaqueline, 22 años). La cultura de la violencia aparece, en esa y en otras manifestaciones de los jóvenes, asociada casi exclusivamente a la criminalidad, desvinculada, en general, de las instituciones estatales y gubernamentales y de sus causas estructurales (TAVARES DOS SANTOS, 1999).

Lo que parece quedar claro, en algunas experiencias de *Aldeia*, es la urgencia de una práctica ciudadana a través de los medios digitales, que se basan, muchas veces, en la experimentación, en el grabar por grabar, sin que haya una preocupación efectiva con los sentidos que movilizan las filmaciones, con las transformaciones más profundas que se buscan con las visibilidades resignificadas y con el potencial de crítica social que reviste el producto audiovisual originado en aquellas experiencias. Incluso porque los talleres teóricos, o sea, los que incluyen debates y discusiones — y se alejan de la práctica de salir por la comunidad filmando y entrevistando los moradores— se consideran pesados y monótonos por buena parte de los participantes de los proyectos del *Aldeia*. “Él [coordinador del proyecto] hablaba mucho sobre cine, sobre televisión, y era un poco pesado, porque se quedaba solo hablando” (Roberta, 18 años). “Al principio no me gustaba, porque era muy aburrido, eran solo tonterías, uno allí hablando y nosotros allí simplemente parados. Estaba a punto de dejarlo, pero decidí quedarme, cuando empezamos a filmar en el Morro, para hacer el documental (Rosa, 19 años). Las declaraciones de los jóvenes reflejan la realidad observada en el acompañamiento de las actividades del Mapa ao Quadrado. Mientras los talleres teóricos se desarrollaban, podíamos observar un cierto desinterés por parte del grupo. Salidas constantes de la sala, juegos en el móvil, miradas perdidas y aburridas marcaban la participación de algunos de los jóvenes.

El ansia por la práctica —en detrimento de un debate más profundo sobre los temas en cuestión— se podía explicar a partir de un deseo recurrente e inmediato de esos jóvenes de profesionalizarse técnicamente para lograr un empleo que les trajera alguna estabilidad financiera. Muchos de los participantes del *Aldeia* critican la falta de orientación hacia el mercado de trabajo, algo que, en su visión, no está articulado a través de la asociación. “La cuestión es que necesitas dinero, tienes que trabajar. Como te había comentado [la actuación en la ONG], no es una cosa constante, que te dé estabilidad. Tienes que ser adulto, pagar tus cuentas, proveer a tu familia” (Lucas, 22 años). “Podían, por ejemplo, estar más atentos durante el proyecto a ver quién se destaca y llamarlos para un contrato por un período de experiencia en un vehículo de comunicación, en la TV Verdes Mares, por ejemplo” (Jaqueline, 22 años).

Percibimos en este punto dos elementos interesantes en cuanto a la cuestión del trabajo. En primer lugar observamos una especie de paradoja en los relatos por parte de esos jóvenes, cuando, al mismo tiempo en que apuntan fallos de los medios de comunicación (la repetición de las telenovelas, las bobadas de los programas de auditorio, las exageraciones y distorsiones de los telediarios, para citar algunos ejemplos provenientes de las exposiciones de los informantes), mantienen el deseo de que los proyectos de *Aldeia* los formen y los guíen hacia empleos en grandes corporaciones mediáticas, como el Sistema Verdes Mares, en Fortaleza, filial de la Rede Globo. Podemos construir relaciones entre ese tipo de deseo por actuar en los medios hegemónicos con la importancia de un tiempo marcado por la visibilidad mediática y por un énfasis en el individualismo, cultivado, en parte, por los propios medios. El otro elemento peculiar tiene que ver con la cuestión de la precariedad del empleo y de la ausencia de vínculos laborales estables y duraderos como elementos que marcan el contexto de nuestros informantes —y limitan, de cierta manera, su entrada en el “mundo” adulto—, lo que sugiere un cuestionamiento sobre el hecho de que esos proyectos sociales que manejan el universo juvenil no encaminan a sus participantes de forma práctica al universo profesional. Es importante, en la visión de los jóvenes, que los

cambios en sus vidas no cesen cuando el proyecto llega al fin o cuando la asociación pasa por problemas financieros y suspende sus actividades.

Cabe discutir la cuestión de la profesionalización como un asunto excesivamente importante en el discurso de los jóvenes, aunque no deje de ser relevante. Quedó claro, a lo largo del desarrollo del trabajo de campo, que las expectativas con los proyectos, por parte de los jóvenes participantes, se materializan más a través de un interés por una formación técnica y profesional y menos a partir de la demanda de una formación crítica para la vida y para actuar junto a los medios de comunicación. Eso parece distanciarse del ideario de proyectos alternativos y comunitarios de comunicación que conocemos y que han orientado, especialmente en la trayectoria latinoamericana, la configuración de una comunicación popular y ciudadana. No es que el deseo de profesionalizarse no sea legítimo, sino el riesgo de su “esencialización” nos parece poco transformador, principalmente si consideramos la ya fuerte presencia, en la actualidad, de concepciones de educación orientadas hacia la profesionalización y al pragmatismo, en detrimento de un ideal de desarrollo crítico de los sujetos sociales o de un proyecto educacional que, por lo menos, compagine las dos dimensiones – profesionalización y formación crítica. Vale resaltar, también, que los sentidos de ciudadanía de los jóvenes se vinculan de forma muy tajante a la visión de trabajo y de profesionalización, y esa relación se explica por la propia situación de exclusión o de precariedad de inserción del mercado laboral vivida por ellos. En ese sentido, hemos podido percibir una fuerte demanda, por parte de los jóvenes, por insertarse profesionalmente en el universo mediático hegemónico, proceso este que aparece desvinculado de una perspectiva que ve las asociaciones y los proyectos socioculturales como espacios de reflexión sobre los medios –lectura crítica– y acerca de las relaciones sociales y comunicacionales.

Consideraciones finales

Los resultados de la investigación sistematizados brevemente en este artículo nos motivan a reflexionar sobre qué tipo de comunicación ciudadana se está

construyendo en ese encuentro de los medios digitales —y de la sociedad en red— con las movilizaciones colectivas juveniles. Está claro que todos los procesos de experimentaciones con los medios digitales, aunque no estén acompañados de una reflexión crítica más profundizada, son legítimos, aunque sea solo por posibilitar a los jóvenes formas de expresión y ejercicios prácticos, a partir de la creación de espacios —las asociaciones— y de dinámicas —las actividades— que, de algún modo, son propulsores de vivencias concretas. Sea a través de las filmaciones de su entorno local; de la selección de aquello a lo que quieren dar visibilidad; de las exposiciones y de los elementos que priorizan en la edición; de los guiones producidos; o de las ideas que salen a flote en las ruedas de conversaciones, es importante señalar que no es posible desconsiderar el hecho de que los jóvenes están relacionándose con las tecnologías, desarrollando capacidades creativas, ejercitando la escritura y la expresión oral, por fin, añadiendo conocimientos a su repertorio.

Se debe resaltar, sin embargo, que cuestionar los medios y recolocar bajo otra perspectiva la construcción social de la realidad por modelos y organizaciones mediáticas hegemónicas son elementos que se están reconociendo como preponderantes para las transformaciones sociales. En ese sentido, se sitúa, en el campo de reflexión de la comunicación ciudadana, la expectativa de que los proyectos socioculturales que tienen los medios digitales como foco puedan motivar los jóvenes a ir más allá de la cuestión del uso de los soportes, en la perspectiva de no solo de apoderarse de ellos técnicamente, sino posibilitar que se sientan movilizados y aptos a reflexionar sobre (e incluso a recalificar) estos sistemas mediáticos. Participar y ejercer la ciudadanía, en ese sentido, más que utilizar los medios, sería percibir las posibilidades y acciones para su transformación.

Referencias

- BARSI LOPES, D. *Cidadania e juventude: usos das mídias digitais na ONG Aldeia*, em Fortaleza, e no projeto KDM, em Barcelona. 492 f. Tesis (Doctorado en Comunicación). Centro de Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2012.

- CARDOSO, G. *A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias*. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- CASTELLS, M.; TUBELLA, I; SANCHO, T.; ROCA, M. *La transición a la sociedad red*. Barcelona: Ariel, 2007.
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- COGO, D. A Comunicação cidadã sob o enfoque do transnacional. *INTERCOM – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo, v. 33, p. 81-103, 2010.
- COGO, D.; BRIGNOL, L. D. Redes sociais e os estudos de recepção na internet. *Matrizes* (USP. Impresso), v. 4, p. 75-92, 2011.
- COGO, D. Mídia Comunitárias: outros cenários e cidadanias. *Revistas Direitos Humanos*, 2005. Disponible en: <http://www.direitos.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=1>. Acceso en: 20 mayo 2010.
- HOPENHAYN, M. A cidadania vulnerabilizada na América Latina. *Revista Brasileira de Estudos da População*, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 1-17, jul./dic. 2002.
- LIMA, S. Depoimento [fev. 2009]. Entrevistador: Daniel Barsi Lopes. Fortaleza, 2009. Entrevista concedida al Projeto de Pesquisa Juventude, cidadania e multiculturalismo: *Aldeia, Encine e seus receptores-produtores midiáticos*, 2009.
- MACHADO, J. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. *Revista Sociologias*, Porto Alegre, n. 18, p. 248-285, jul./dic. 2007.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Claves de la investigación en las políticas de la comunicación y la cultura*. Barcelona: Fundación CIDOB/Cátedra UNESCO de Comunicación (In-Com-UAB), 2008. (Série Dinâmicas interculturales n. 11).
- MOLINA, J. L. La ciencia de las redes. *Apuntes de Ciencia y Tecnología*, n. 11. jun. 2004. Disponible en: <http://seneca.uab.es/antropologia/jlm/public_archivos/ciencia.pdf>.
- MORLEY, D. *Medios, modernidad y tecnología: hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura*. Barcelona: Gedisa, 2008.
- TAVARES DOS SANTOS, J. V. Novos processos sociais globais e violência. In: *Violência e mal-estar na sociedade. São Paulo em perspectiva*, São Paulo, v. 13, n. 3, jul./set. 1999.
- SIQUEIRA, V. Depoimento [fev. 2009]. Entrevistador: Daniel Barsi Lopes. Fortaleza, 2009. Entrevista concedida al Projeto de Pesquisa Juventude, cidadania e multiculturalismo: *Aldeia, Encine e seus receptores-produtores midiáticos*, 2009.