

# Comunicación alternativa ¿una opción para los jóvenes?

*La comunicación alternativa se presenta como una opción frente a los medios gubernamentales y los medios del sector privado. El artículo se enfoca en ofrecer a los jóvenes esta propuesta comunicacional. Para ello la autora explora todo un conjunto de planteamientos basados en la comunicación alternativa y en líneas de acción como: participación ciudadana; valoración de la juventud; promoción de la democracia y los derechos humanos; pensamiento crítico y actitud propositiva; alfabetización mediática y desarrollo de competencias comunicacionales; formación, información y sensibilización; educación para los medios; uso responsable y recepción activa; apropiación y producción de piezas y productos comunicacionales.*

**JOHANNA PÉREZ DAZA**

**E**n cierta ocasión, al preguntarle a un animador de pastoral juvenil los motivos que lo impulsaban a trabajar con y para los jóvenes, me contestó que solo seguía la “opción por los más pobres” que, inevitablemente, coincidía con la “opción preferencial por los jóvenes”. Argumentó que esta elección tomaba distintos matices y que los jóvenes reunían, en no pocas circunstancias, rasgos de exclusión, incompreensión, desatención y una larga lista que los hacía vulnerables.

Este peculiar enfoque es extensible a otros ámbitos donde la población juvenil encuentra limitados espacios para participar. La comunicación no está exenta de esto. La fluida relación que se da entre los jóvenes, los medios y la tecnología, corre el riesgo de ser superficial y escasa. Más bien concentrada en la utilización y tecnificación; distanciada de las necesidades comunicacionales y empoderamiento de este sector específico. No se trata de crear y reforzar adicciones tecnológicas o generar contenidos

que distorsionen el entretenimiento, sin siquiera plantearse abordar tópicos formativos e informativos segmentados para estas audiencias. Se trata, en cambio, de aprovechar efectivamente las posibilidades de la acción comunicativa en cuanto diálogo de sentidos, interacción social y armonía de los contrarios, según la concepción habermasiana.

## EN CONTEXTO

En situaciones de conflicto y violencia la población juvenil es también vulnerable. Al respecto, en 2015 el Consejo de Seguridad de la ONU adoptó una resolución en la que instó a los Estados a invertir más en la juventud, como medida para garantizar la paz y la seguridad, el desarrollo y el progreso de todas las sociedades. El texto, el primero sobre los jóvenes que se haya aprobado en la historia de ese órgano, subraya que estos deberían tener un papel activo en la configuración de la paz duradera y contribuir a la justicia y la reconciliación. Además, expresa

**El cuestionable papel de los medios de comunicación en la dinámica nacional, ha erosionado su credibilidad entre la población venezolana, especialmente entre la juventud que ha crecido viendo en estos parcialidades y orientaciones políticas distanciadas de la búsqueda de equilibrio y veracidad.**

preocupación por el creciente uso que hacen los terroristas de Internet, espacios virtuales y redes sociales para reclutar jóvenes e incitarlos a que cometan actos extremistas.

En América Latina y el Caribe viven 160 millones de jóvenes, un cuarto de la población regional. Según datos de la CEPAL (2015), cuatro

de cada diez jóvenes de 20 a 24 años no ha concluido la educación secundaria y sus tasas de desempleo son de dos a tres veces mayores que las de la población adulta. Además, cerca del 22 % del total de jóvenes en la región no estudian ni trabajan remuneradamente.

En este escenario, las oportunidades parecen insuficientes, las cifras constatan la necesidad de políticas públicas y de inclusión social centradas prioritariamente en empleo y educación, así

como en la cultura, el acceso a la tecnología y la participación política, lo que sintoniza con la Agenda 2030 planteada por Naciones Unidas.

La mirada doméstica, por su parte, nos muestra que, en 2013, en Venezuela un tercio de los adolescentes estaba fuera del sistema educativo. Además: cuatro de cada diez jóvenes no completaban la educación media y 1,7 millones de venezolanos entre 15 y 29 años ni estudiaban ni trabajaban, esto según datos del Instituto de Estudios Demográficos y Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello. La crisis política y económica que se vive desde 2014 ha agudizado esta situación y cada vez son más los jóvenes que se apartan del sistema educativo buscando formas de subsistencia y emigrando del país.

En su artículo “¿Se están formando los jóvenes para el desarrollo de Venezuela?”, Víctor Salmerón sostiene que: “Hasta 2045 la población venezolana tendrá una estructura irrepetible: quienes tienen edad de trabajar y producir superarán a los jóvenes menores de 15 años y a los mayores de 65. Esta distribución (que técnicamente se denomina ‘bono demográfico’) ocurre una sola vez en la historia de los países y permite contar con una mayor mano de obra para

impulsar el crecimiento y el desarrollo.” Más adelante advierte que el aprovechamiento del bono demográfico no es automático y depende de la formación que el país brinde a sus habitantes.

## REFLEXIÓN Y ACCIÓN

El cuestionable papel de los medios de comunicación en la dinámica nacional, ha erosionado su credibilidad entre la población venezolana, especialmente entre la juventud que ha crecido viendo en estos parcialidades y orientaciones políticas distanciadas de la búsqueda de equilibrio y veracidad.

A ello se agrega la escasa oferta de estrategias comunicacionales que incluyan formación, participación e interacción, componentes que cobran especial significación en el sector juvenil, ávido de expresar sus intereses y posturas ya que, como actores sociales, se oponen a la pasividad y el conformismo imperante en algunos modelos tradicionales de comunicación, habituados al esquema unidireccional que ve a las audiencias como meros receptores. Lo que explica, por ejemplo, la acogida que las redes sociales han tenido en el sector juvenil pues en ellas se abre la posibilidad de generar diálogos y conversaciones entre los usuarios, y no meros discursos de uno a todos.

La comunicación alternativa, como constructo teórico y praxis social, se presenta como una opción ante los medios gubernamentales y privados, por lo que sus principios se orientan a la búsqueda de “otra” comunicación, que parta de las iniciativas de las comunidades, de sus propios recursos y modos de expresión, respetando la diversidad presente, atendiendo sus historias y sujetos locales. Desde su concepción en este modelo: “Se trataba de buscar estructuras comunicacionales que potenciaran la capacidad crítica y activamente emisora de todos los ciudadanos.” (Rey, 2015: 45) De modo general, la caracterizamos de la siguiente manera:

Comunicación alternativa, comunitaria, ciudadana, popular, vecinal, participativa, de base, emancipadora, liberadora, dialógica, de inter-

mediación, contrahegemónica, tercer sector y otros términos como periodismo de soluciones, percepción crítica y recepción activa... distintos nombres para referir a experiencias comunicacionales opuestas a las formas dominantes de circulación social de contenidos, ya estén éstas asociadas a los gobiernos o a los grandes consorcios mediáticos. Aunque no son sinónimos, estos términos son expresión de una comunicación que busca ser una alternativa diferente y diferenciada del resto de las opciones presentes en el ecosistema mediático con predominio de medios oficiales y privados, sobre la base de la participación ciudadana y la valoración de las audiencias, entre otros aspectos. (Pérez Daza, 2015: 218)

En Venezuela, a pesar de las ventajas y auge de la comunicación comunitaria y alternativa en los últimos años, se ha desvirtuado su razón y esencia. Lejos de reflejar las necesidades de las comunidades y sus habitantes, han proliferado experiencias con orientaciones políticas y propagandísticas. Las comunidades siguen sin tener espacios comunicacionales efectivos, desarrollados por ellas mismas, a lo que se suma la escasa formación sobre el uso crítico de medios, asumida como una tarea pendiente que permitiría analizar y contextualizar los mensajes masivos y, además, identificar temas alternos que comuniquen identidades y valores.

En este sentido, es indispensable que los jóvenes cuenten con herramientas que les permitan hacer una revisión y relectura de los medios, desde la participación y la puesta en marcha de propuestas comunicacionales que respondan a sus expectativas generalmente desatendidas por los medios tradicionales, y por algunas iniciativas que intentan definirse como “comunitarias, populares o alternativas” cuando en la práctica están alineadas al sistema gubernamental de medios, repetidor de contenidos partidistas e ideologizantes, en los que no se refleja la visión de la juventud.

## COMUNICACIONES PARA Y DESDE LA JUVENTUD

Pero, ¿por qué los jóvenes? Creemos que son ellos quienes están “en el medio de los medios”, es decir, quienes están expuestos a la programa-

ción mediática y a la vez tienen capacidades propositivas y creativas para incidir en esta. Igualmente, y no menos importante, la juventud condensa una etapa intermedia de la vida en la cual pueden ser ejemplo y guía para niños y adolescentes y, al mismo tiempo, ser impulso y motivación para adultos y ancianos ya que se les asocia con energía, esperanza, alegría, vitalidad, entusiasmo y provenir.

En el contexto antes descrito urgen proyectos y propuestas basadas en la comunicación alternativa y en líneas de acción como: participación ciudadana; valoración de la juventud; promoción de la democracia y los derechos humanos; pensamiento crítico y actitud propositiva; alfabetización mediática y desarrollo de competencias comunicacionales; formación, información y sensibilización; educación para los medios; uso responsable y recepción activa; apropiación y producción de piezas y productos comunicacionales.

Todo esto con el fin de motivar a los jóvenes a expresarse libremente, mediante el desarrollo de alternativas comunicacionales. Lo anterior permitiría ofrecer a los jóvenes otras experiencias, distanciadas de la visión sensacionalista de algunos medios que ven el barrio únicamente como fuente de malas noticias (delincuencia, drogas, caos, fracaso, descomposición social). En consecuencia, se diseñaría una agenda propia donde se incluyan relatos y temas comunitarios, escasamente tratados en los medios convencionales.

El ciberespacio, por su parte, es un nicho fecundo en el que deben utilizarse las estéticas y códigos juveniles con la intención de abrir el abanico y ofrecer nuevas posibilidades. En el caso específico de las Tecnologías de la Información y la Comunicación hay que señalar que los jóvenes han migrado masivamente a los soportes digitales. Pese a la innegable brecha digital y las precarias condiciones de infraestructura y conectividad, la mayoría de los

**El ciberespacio, por su parte, es un nicho fecundo en el que deben utilizarse las estéticas y códigos juveniles con la intención de abrir el abanico y ofrecer nuevas posibilidades. En el caso específico de las Tecnologías de la Información y la Comunicación hay que señalar que los jóvenes han migrado masivamente a los soportes digitales.**

**Igualmente, se debe revisar la caracterización negativa del joven como vago, desordenado, indisciplinado. Por el contrario, resaltar aspectos como su vitalidad, capacidad de asumir riesgos, creatividad y dinamismo.**

jóvenes cuenta con algún equipo tecnológico (teléfono inteligente, tableta, computador) que le permite conectarse a Internet y acceder a contenidos en línea. No es cuestión de ser solo consumidores de estos contenidos, sino de favorecer la emergencia de prosumidores que se muevan en varias direcciones del flujo informacional y se paseen por distintos niveles de participación.

Así, la propia oferta de los medios tradicionales debe revisar la convergencia tecnológica y cultural, a fin de diseñar contenidos que respondan a los intereses juveniles, cada vez más versátiles y desafiantes.

Los beneficios en cuanto a reducción de costos y superación de limitaciones temporales y espaciales deben ser vistos con cautela, sin caer en las trampas seductoras de la tecnificación vacía. La idea es, entonces, que el soporte digital permita optimizar los procesos en pro de una comunicación más cercana, personalizada y desmasificada, capaz de atraer y cautivar a las audiencias juveniles.

### BUENAS NOTICIAS

El panorama actual de la comunicación alternativa, cargado de duras críticas y argumentos, hace que se releguen las posibilidades de la misma. Apremia reorientarla hacia sus principios genuinos, como la búsqueda y difusión de informaciones que rescaten las culturas locales y permitan contrarrestar visiones peyorativas y condenatorias que señalan a las comunidades populares exclusivamente como generadores de situaciones negativas, omitiendo aspectos como el trabajo, estudio, deportes, talentos, aportes y emprendimientos que ciertamente emergen de estos sectores, lo que conlleva a presentar otro enfoque que permita identificar, rescatar y resaltar lo positivo. En este sentido, se pueden utilizar diferentes soportes, combinando recursos tecnológicos y manufactura artesanal, según las posibilidades y necesidades.

Igualmente, se debe revisar la caracterización negativa del joven como vago, desordenado, indisciplinado. Por el contrario, resaltar aspectos

como su vitalidad, capacidad de asumir riesgos, creatividad y dinamismo. Tampoco se trata de solapar o matizar, de crear divisiones innecesarias o asumir una visión paternalista o asistencial desde el arrogante rol de conducir, guiar o proteger. Se trata de trabajo conjunto y aprovechamiento de la diversidad, de conjugar la experimentación y la experiencia.

### FORMACIÓN Y PRODUCCIÓN

Educar para los medios es una tarea pendiente. Los procesos formativos deben, en la práctica, incorporar elementos educomunicativos que favorezcan el pensamiento crítico. La abrumadora exposición a medios de comunicación y prácticas digitales requiere reflexiones y mediaciones. Sin adoptar posturas apocalípticas o condenatorias, sino más bien utilizando oportuna y eficientemente la influencia de los medios, cuestionando su rol, preguntándonos por sus intereses, mirando otras realidades fuera del espectro mediático para, luego, volver a este con un sentido más amplio o lo que Gustavo Hernández (2008) ha llamado “autonomía crítica”. Esta autonomía no debe confundirse con desarticulación o aislamiento, ya que para su consecución es necesario el trabajo de la familia, las instituciones educativas y organizaciones sociales.

Es necesario ensamblar el componente formativo con la realización de piezas comunicacionales que abarquen distintos soportes y vías de difusión. En sintonía, proponemos algunas acciones y productos que podrían realizar los jóvenes en el contexto ya señalado:

- Campaña en valores con afiches alusivos a la postura de los jóvenes sobre tópicos como derechos humanos (educación, libertad de expresión, derechos económicos, sociales y culturales) y participación en procesos electorales.
- Periódicos murales realizados en espacios visibles y estratégicos de las comunidades, donde se aborden aspectos como la prevención y lucha contra la violencia.
- Cápsulas audiovisuales (videos de corta duración, difundidos por redes sociales, páginas web, canal de Youtube, instituciones aliadas, eventos académicos, jornadas socio comuni-

tarias) con propuestas de los jóvenes para una mejor sociedad y un mejor país en áreas como democracia, política, oportunidades, estereotipos, educación, entre otros.

- Boletines comunitarios para promover y reflejar asuntos como: convivencia, solidaridad, construcción de paz, personajes y líderes comunitarios que pueden servir de ejemplo para otras personas.
- Blogs sobre experiencias, testimonios, crónicas, entrevistas y reportajes que permitan mayor acercamiento a los hechos, valiéndose de lenguaje sencillo y recursos llamativos que logren sensibilización y proximidad con las audiencias, promoviendo espacios para el intercambio de ideas y opiniones.
- Micros radiales, podcast y programas de entrevistas de índole cultural y con alta participación de las audiencias.
- Campañas en redes sociales para fomentar la libre expresión de la juventud venezolana.
- Cibergalerías fotográficas que promuevan la cultura juvenil, sus temas, estéticas e intereses, aprovechando el predominio de lo visual para fomentar la educación en valores desde y para los jóvenes.
- Jornadas comunitarias y prácticas de producción radiofónica, audiovisual y cobertura de eventos, presentadas en lugares públicos (como plazas y canchas deportivas) para incentivar la participación colectiva y el trabajo comunitario de los jóvenes con miras a contrarrestar la imagen negativa que de estos se pueda tener.
- Creación de núcleos de comunicación alternativa que funcionen como laboratorios e incubadoras de propuestas comunicacionales y favorezcan la experimentación de formatos y narrativas multimedia y transmedia.

## CONSIDERACIONES FINALES

Pese a las dificultades, el escenario nacional es terreno fértil para hacer germinar las múltiples ventajas de la comunicación alternativa, consiguiendo de este modo su despolitización y retornando a sus principios al estar junto a las comunidades, abriendo vías y canales para su libre expresión. Así, teoría y praxis confluirían

en un círculo virtuoso capaz de incidir en las realidades locales, donde los jóvenes se convierten en constructores de noticias positivas, protagonistas de otros relatos en los que reflejan sus vivencias e inquietudes, desmarcándose de la visión exclusivamente caótica o negativa con la que se ha signado al barrio, las comunidades populares y el país en general. De estas iniciativas, emergen talento, creatividad y motivación, pilares esenciales para las transformaciones socio comunitarias que demanda Venezuela.

Las alianzas institucionales, participación activa de las comunidades, formación y acompañamiento académico, sistematización, intercambio y divulgación de experiencias garantizarían la continuidad de este tipo de experiencias, adaptándolas a los requerimientos de cada sector, según sus problemáticas y propuestas.

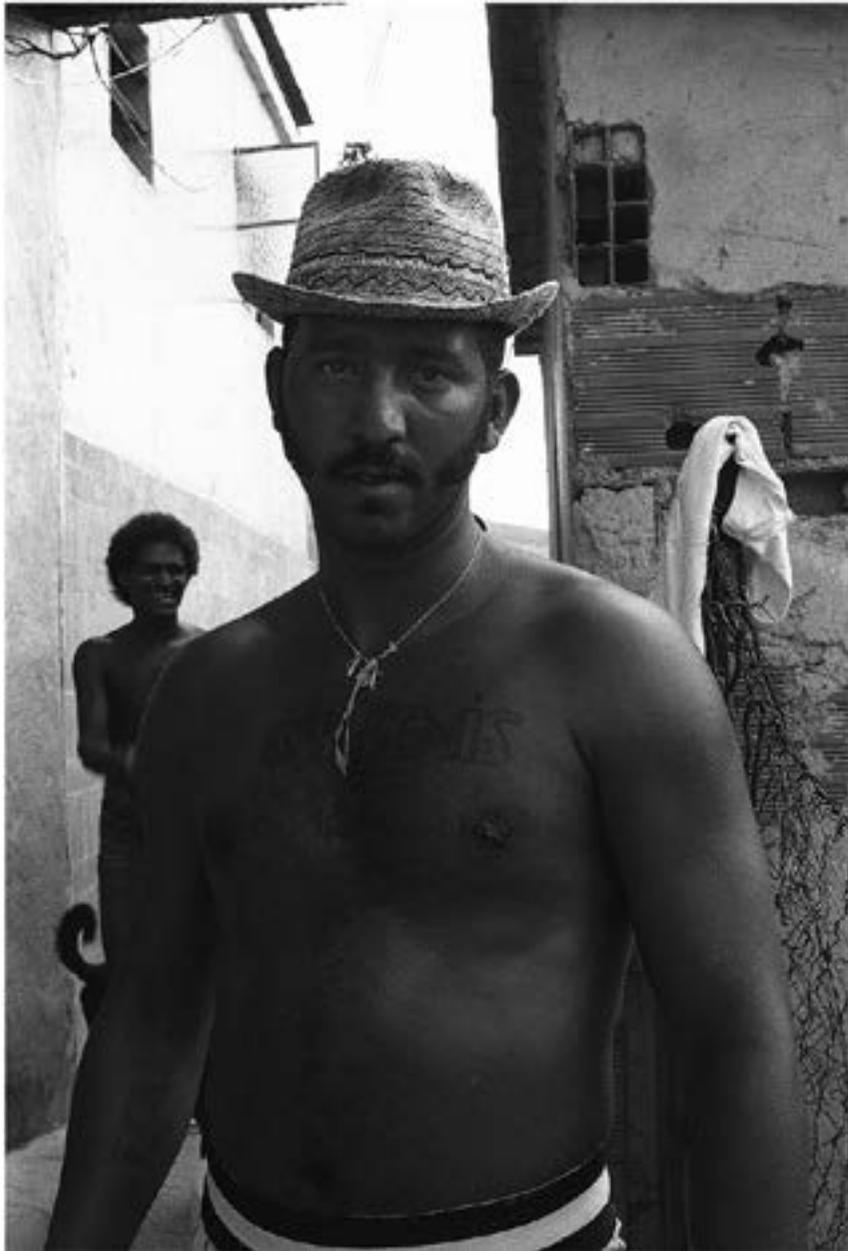
De este modo se recobraría el enfoque original de la comunicación alternativa, concebida como genuina opción de las comunidades para plantear y denunciar sus problemas y trabajar colectivamente en la búsqueda de soluciones. En este caso privilegiando el sector juvenil, al presentarles una oferta atractiva que combata el ocio y los vicios, y al mismo tiempo se vincule con áreas afines a sus intereses (fotografía, Internet, redes sociales, videos, música...), ofreciéndoles herramientas y espacios para proponer y construir, fortaleciendo la confianza en la juventud y recobrando la credibilidad en las comunicaciones, o al menos en su vertiente alternativa y participativa.

Tenemos la oportunidad histórica de aprovechar el bono demográfico desde diferentes ámbitos, de propiciar que los jóvenes emerjan como sujetos críticos y activos ante los diversos procesos en los cuales se ven inmersos, tal es el caso de las comunicaciones, las cuales se presentan en su cotidianidad y pueden llegar a impulsar y complementar otros procesos y circunstancias en los cuales los jóvenes se asuman a sí mismos como actores sociales de su tiempo.

**Pese a las dificultades, el escenario nacional es terreno fértil para hacer germinar las múltiples ventajas de la comunicación alternativa, consiguiendo de este modo su despolitización y retornando a sus principios al estar junto a las comunidades, abriendo vías y canales para su libre expresión.**

**JOHANNA PÉREZ DAZA**

*Periodista, magíster en Relaciones Internacionales. Profesora e investigadora del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco-UCV). Coordinadora de la maestría en comunicación social de la UCV.*



Galería de papel. Luis. Carlos Germán Rojas (16-10-1982)

**Referencias**

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2015): *Juventud: Realidades y retos para un desarrollo con igualdad*. Editorial CEPAL.
- HERNÁNDEZ, G. (2008): *Aprender a ver televisión en la escuela*. Monte Ávila Editores Latinoamericana.
- PÉREZ DAZA, J. (2015): “La otra comunicación”. En: *Encrucijadas de la comunicación en Venezuela*. Aguirre y Bisbal. Centro Gumilla y Bid & Co Editores.
- \_\_\_\_\_ (2013): “Participación de las audiencias en la comunicación alternativa en Venezuela.” En: *Actas del II Congreso Internacional de educación mediática y competencia digital*. Barcelona, España, el 14 y 15 de noviembre de 2013: 329-340.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD (2005): “Proyecto de prevención y atención a la violencia y delincuencia juvenil”. *Programa Sociedad sin violencia*. El Salvador. Disponible en: <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd53/talleres.pdf>
- RICHARD, N. (2015): “2015, punto de inflexión para la participación juvenil”. Blog del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Disponible en: <http://www.undp.org/content/undp/es/home/blog/2015/5/27/Let-s-make-2015-a-turning-point-for-youth-participation.html> . Consultado el 12/08/15.
- REY, J. (2015): “Comunicación alternativa: apuntes para una agenda”. En: *Anuario Investigaciones de la Comunicación* N° 1, Vol. 27. Diciembre 2015: 43-47.
- SALMERÓN, V. (2015): “¿Se están formando los jóvenes para el desarrollo de Venezuela?” Disponible en: <http://prodavinci.com/blogs/se-estan-formando-los-jovenes-para-el-desarrollo-de-venezuela-por-victor-salmeron/>. Consultado el 16/10/2015.