

Movimientos juveniles, medios digitales y prácticas de ciudadanía en Fortaleza (Brasil)

Denise Cogo*, Daniel Barsi Lopes**

* Professor and Researcher of the Post-Graduation in Communication Sciences / Unisinos and CNPq (Brazil)

** Doctoral Program Graduate in Communication Sciences / Unisinos, sandwich PhD at the Universitat Autònoma de Barcelona and fellow from PDEE / Capes (Brazil)

Resumen

El artículo analiza como la apropiación y el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación por la juventud integrante de los movimientos sociales puede configurar percepciones y prácticas de ciudadanía relacionadas específicamente a demandas por el reconocimiento de la diversidad cultural y otras formas de visibilidad referentes a la periferia, que no son transmitidas por los medios hegemónicos. Estudiamos las apropiaciones y los usos de las tecnologías por jóvenes en el contexto de dos organizaciones no gubernamentales (ONGs): Aldeia y Encine, ubicadas en la periferia de la ciudad de Fortaleza, en el Nordeste de Brasil. Los resultados parciales de esta investigación apuntan a la configuración de una comunicación ciudadana que incorpora a la experimentación de las llamadas nuevas tecnologías, especialmente Internet; la vivencia de dinámicas de redes, combinándolas con materialidades, modos organizativos y experimentales de hacer una comunicación alternativa y popular, ya presentes en la trayectoria de la comunicación alternativa y comunitaria desarrollada en las últimas décadas en América Latina.

Palabras-clave: movimientos juveniles; medios digitales; ciudadanía

Abstract

The article analyzes how the appropriation and use of new communication technologies by the youth member of the social movements can configure public perceptions and practices related specifically to demands for recognition of cultural diversity and other forms of visibility periphery, which are not transmitted by the hegemonic media. Study appropriations and uses of technology by young people in the context of two Non-Governmental Organizations (NGOs): Aldeia and Encine, located on the outskirts of the city of Fortaleza in northeastern of Brazil. Partial results of this research point to the configuration of a public communication that incorporates testing of new technologies, especially the Internet, the experience of dynamic networks combined with materials, methods of making organizational and experimental and alternative communication popular, already on the path of alternative and community communication developed in recent decades in Latin America.

Keywords: youth movements; digital media; citizenship

Introducción

En un escenario de intensa y creciente presencia de los medios en nuestras vidas cotidianas y formas de sociabilidad, tenemos la intención de analizar las relaciones entre los movimientos juveniles de la periferia¹ de la ciudad de Fortaleza, en el Nordeste de Brasil, y los medios digitales. Nuestra reflexión se basa en como la apropiación y el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación por la juventud integrante de los movimientos sociales, puede configurar percepciones y prácticas de ciudadanía relacionadas específicamente a demandas por el reconocimiento de la diversidad cultural y otras formas de visibilidad de la periferia, que no son transmitidas por los medios hegemónicos. Estudiamos entonces las apropiaciones y los usos de las tecnologías por jóvenes en el contexto de dos organizaciones no gubernamentales (ONGs): *Aldeia* y *Encine*², ubicadas en la periferia de la ciudad de Fortaleza.

Las reflexiones de este artículo tienen origen en una investigación mayor³, que se configura a partir de una perspectiva metodológica de investigación de carácter cualitativo, enfocado en el carácter procesual del ámbito científico, que considera a las metodologías investigativas como una "artesanía intelectual" (MILLS, 1975). En términos de procedimientos metodológicos, la etapa empírica de la investigación en curso puede ser dividida, hasta el momento, en cinco etapas: 1) entrevistas con los coordinadores de las ONGs - asociaciones *Aldeia* e *Encine*; 2) acercamiento a los jóvenes participantes de estas ONGs, contemplando conversaciones informales y seguimiento de sus trabajos en las asociaciones; 3) seguimiento sistematizado de las actividades realizadas por ellos, a partir de una observación participante y no participante; 4) análisis de los productos audiovisuales desarrollados por los jóvenes integrantes de las ONGs; y, finalmente, 5) entrevistas individuales con tres jóvenes que hacen parte de las asociaciones (uno de *Aldeia* y dos del *Encine*).

En función de los resultados parciales de la investigación, obtenidos a partir de estas estrategias metodológicas, buscamos reflexionar sobre las culturas juveniles de la periferia de una gran metrópoli brasileña, representada por la ciudad de Fortaleza, y los modos como la diseminación y apropiación de las

¹ Nos gustaría resaltar que utilizamos el término "periferia" para demarcar las situaciones de desigualdad social en los contextos de inserción de los jóvenes con los cuales trabajamos y de su condición social, siendo conscientes de la complejidad y ambigüedad del término, especialmente a partir de la captura y difusión que los medios masivos hacen de él – principalmente en Brasil, con la popularización de películas como *Cidade de Deus*, así como en programas y series producidas por la red Globo, como *Central da Periferia*, *Canal da Periferia*, *Lan House*, *Antonia* e *Cidade dos Homens*, entre otros. Ese proceso se torna revelador de la propia disputa discursiva y política que envuelve al término, dado que la periferia aparece mencionada frecuentemente como una identidad atribuida a los otros, para afirmar su pertenencia a otra clase social, a la que algo le falta en términos materiales y simbólicos, pudiendo asumir inclusive un carácter peyorativo. En lugar de encuadrar la periferia como ausencia, Martins (2008) prefiere pensarla como un "entre", un intermedio entre lo urbano y lo rural, entre la ciudad y el campo, entre la modernidad y la tradición.

² *Aldeia* y *Encine* son asociaciones de la sociedad civil que trabajan con la inclusión social y cultural de jóvenes que viven en la periferia, en la ciudad de Fortaleza, capital del estado de Ceará, a partir del proceso de empoderamiento de nuevas tecnologías de la comunicación. Profundizaremos sobre estas asociaciones en la sección 6 de este artículo.

³ Investigación de doctorado iniciada en el año de 2008, en el grupo de investigación Mídia, Cultura e Cidadania (www.gpmidiacidadania.com) del Programa de Postgrado en Ciencias de la Comunicación de Unisinos (Brasil). Bajo el título actual de "Movimientos juveniles, medios digitales y prácticas de ciudadanía en la periferia de Fortaleza: *Aldeia*, *Encine* y sus receptores-productores mediáticos", la investigación tiene la tutoría de la profesora Dra. Denise Cogo, co-autora de este artículo.

nuevas tecnologías de los medios pueden reconfigurar la actuación y la producción de visibilidad de estas culturas en el marco de procesos de disputa del espacio público por la ciudadanía.

La comunicación y los movimientos populares

Hablar de movimientos de jóvenes y su potencial de inserción sociocultural a partir del uso de los medios digitales es rescatar, inicialmente, todo el camino en el cual los movimientos sociales y la comunicación ciudadana transitaron juntos. Cabe destacar, desde ya, que iniciativas como las desarrolladas por el *Aldeia* y por el *Encine* en la ciudad de Fortaleza, región del nordeste de Brasil, no surgieron por azar ni tampoco son una novedad, sino que son el resultado de la trayectoria de los movimientos populares en el contexto de América Latina, que tiene su origen en las décadas de los sesenta y setenta del siglo pasado, vinculadas, especialmente, al escenario de oposición a la dictadura militar. En la región latinoamericana y brasileña una comunicación alternativa emerge más relacionada a los intelectuales de izquierda mientras que la comunicación popular surge en el ámbito de los movimientos de base (como las "Comunidades Eclesiales de Base"), asociaciones comunitarias, grupos populares (como de mujeres). Ambas se constituyen como modos de resistencia hacia una comunicación de masa que se desarrolla de acuerdo a los intereses hegemónicos de grandes grupos económicos y políticos, incluyendo las propias corporaciones mediáticas (COGO, 2005).⁴

En esta trayectoria de los movimientos populares podemos observar que la comunicación está insertada en un contexto de luchas ideológicas que, por un lado, enfrentan la dictadura y la censura impuesta por los gobiernos militares, a través de la publicación de periódicos y otros informativos alternativos y, por otro lado, basadas en la movilización social por cambios en las condiciones de vida, de trabajo y en la superación de las desigualdades a través de la producción de una extensa red de medios de comunicación populares, como periódicos, boletines informativos, panfletos, alto parlantes, etc.

Especialmente en esta segunda perspectiva, la de los medios de comunicación alternativos y populares de base, la comunicación alternativa pasa a ser pensada, en Latinoamérica, como contra-hegemónica a la producción masiva realizada por los grandes conglomerados de medios y por la comunicación pública estatal, definiéndose, aún, por las posibilidades que favorece no solo a la participación de sectores o grupos sociales en la elaboración de contenidos, sino también en los procesos de gestión y producción de la comunicación:

En conjunto, la comunicación alternativa representa una contra-comunicación u otra comunicación, elaborada en el ámbito de los movimientos populares y 'comunidades', y que tiene por objetivo propiciar la libertad de expresión, ofrecer contenidos diferenciados, servir como un instrumento de

⁴ No podemos dejar de citar asimismo, la acción de varios movimientos que, en el contexto brasileño, lucharon en pro de las clases trabajadoras, como los movimientos sindicales.

concientización y, así democratizar la información y el acceso de la población a los medios de comunicación, de tal manera que pueda contribuir al cambio social (PERUZZO, 2008b, p. 3)

A partir de la afirmación de Peruzzo, es importante aclarar la hibridación y la amplitud de los términos "popular", "comunitaria" y "alternativa", relacionadas al tipo de comunicación que nos interesa en este artículo. Mas allá de estos tres conceptos, Downing (2010) apunta una serie de otras nomenclaturas para la comunicación, como, por ejemplo, "medios del tercer sector", "medios horizontales" o "nano medios", esclareciendo que las fronteras entre las denominaciones son bastante flexibles y que, por lo tanto, es difícil situar cada uno de los términos de forma rígida. Son inúmeros los términos utilizados para denominar este tipo de comunicación, que varían según el autor, el período y la región geográfica.

Asimismo, además de estas denominaciones, una serie de fenómenos sociales, económicos, políticos y culturales viene colaborando en un proceso de desvanecimiento de las fronteras entre el alternativo, el comunitario, el popular, etc. La globalización económica y cultural, que reconfigura los marcos de identidad; el proceso de relativización de los estados nacionales; la formación de la sociedad en red; el incremento de las tecnologías de la comunicación, especialmente con el surgimiento y desarrollo de Internet; la intensificación de los flujos migratorios alrededor del globo; la pluralización de las agendas de ciudadanía; y el propio reordenamiento de los movimientos sociales (COGO, 2010) son algunas de las perspectivas de la experiencia social contemporánea que viene provocando el reordenamiento de los campos del alternativo, del comunitario y del popular.

En la década de los noventa - escenario donde estos reordenamientos socioculturales de los que hablamos comienzan a surgir - hay un proceso de reconfiguración de la actuación de los movimientos sociales y la forma en que la comunicación pasa a formar parte de este proceso. Al término de la dictadura y por lo tanto del "enemigo" único contra el cual se estaba luchando, otras cuestiones de interés emergen en el espacio de acción de los movimientos, contribuyendo "para incorporar a la agenda pública una multiplicidad de posicionamientos pautados no solo en la clase social, sino en género, etnia, religiosidad, generación, inmigración, etc." (COGO, 2005, p. 2). La autora (op. Cit, p. 3) también llama la atención para "la cuestión del reconocimiento y de la diferencia con relación a la distribución de los recursos materiales y simbólicos en las sociedades contemporáneas". Es en este sentido de demandas que enfatizan cuestiones de identidad que podemos hablar de la emergencia de los nuevos movimientos sociales que se van delineando. Estos grupos organizados adquieren características específicas y remodeladoras del panorama contemporáneo - en nuestras sociedades complejas, donde la cultura gana notoriedad como uno de los ejes que orientan las vivencias de los actores colectivos.

Los denominados nuevos movimientos sociales (MELUCCI, 2001; TOURAINE, 1998) se caracterizan por tener como práctica y conciencia de sus acciones temáticas y otras luchas no solamente relacionadas a los

movimientos obreros y de clase en la sociedad industrial. En el periodo postindustrial, a diferencia del período industrial, época en que la lucha de clase por los medios de producción dominaba la escena política - surgen otras demandas, "pautadas en la diferencia y en las identidades culturales" (COGO, 2005, p. 2). Estas demandas facilitan el surgimiento de nuevos tipos de movimientos basados en otras cuestiones, como, por ejemplo, la ecología, la diversidad y libertad sexual, el feminismo, la cultura, entre otras perspectivas que pasan a ser tematizadas por estos movimientos, que más que cambiar la sociedad, aspiran a cambiar la vida (TOURAINÉ, 1998).

Los movimientos sociales "desde abajo" [...] son igualmente defensores de la diversidad social y cultural y, por lo tanto, también de la equidad, que supone el pluralismo de la diferencia, al mismo tiempo en que el apelo a la igualdad alimenta frecuentemente una política de homogeneización y de rechazo a las diferencias en nombre del carácter universal de la ley (TOURAINÉ, 1998, p. 127).

Conscientes de estos reordenamientos, optamos, en este artículo, discutir la comunicación ciudadana por creer que la ciudadanía ha estado presente en una perspectiva sociopolítica central de las prácticas de comunicación alternativa y popular de los movimientos sociales que, en el contexto latinoamericano, buscaban tanto la movilización y el cambio social cuanto la democratización de los propios medios, procesos y políticas de comunicación. El término medios de comunicación ciudadanos viene apuntando, en las últimas dos décadas, para una ampliación de lo que se comprende por ciudadanía, que va más allá que los derechos civiles, sociales y políticos. Como indicamos anteriormente, la reorientación del término viene siendo expresado desde otras perspectivas, como la ciudadanía cultural o intercultural - que se fundamenta en el reconocimiento de la diferencia y de las identidades culturales - y la ciudadanía global o cosmopolita - que se basa en las demandas por una universalización de la ciudadanía social, más allá de las fronteras y la pertenencia local, regional y nacional, especialmente las reivindicadas por los inmigrantes.

Además de esta breve discusión del debate conceptual sobre la historicidad de la comunicación ciudadana, nos interesan los procesos de comunicación desarrollados en el seno de los movimientos socioculturales, es decir, que generan sus propios medios y/o se hacen servir de los espacios en los medios para la producción de sus propios contenidos. De esta manera, estos movimientos actúan como gestores de políticas de comunicación y cultura, encontrando un espacio de visibilidad en la sociedad contemporánea, además de exponer su lucha y sus ideales de mundo para movilizar y unir movimientos con causas afines, aunque no se encuentren en el mismo entorno físico. Nuestra mirada se vuelve a "una comunicación centrada en el proceso, y no solo en los efectos y en los contenidos, en el cual, el trabajo con los medios comunitarios asume una perspectiva también comunicacional, así como de carácter pedagógico y político" (COGO, 2005, p. 3), además del aspecto no solo local, sino también transnacional.

Sumado a este escenario de transformaciones de demandas, de emergencia de micro políticas culturales, de identidad y de reformulaciones en la acción colectiva de los movimientos sociales está el hecho que, en la última década del siglo XX e inicio del siglo XXI, hubo una intensificación del proceso de diseminación de las nuevas tecnologías de comunicación⁵, especialmente de internet, alterando significativamente la forma en que la sociedad - y, en el caso que nos interesa, los movimientos sociales juveniles – pasan, a partir de entonces a relacionarse con los medios.

Últimamente, más precisamente en el inicio de este siglo, se observa una retomada creciente de iniciativas de comunicación popular, alternativa y comunitaria en Brasil, y ahora incorporando innovadores formatos y canales de difusión, posibilitados por las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC). Son experiencias ligadas a movimientos sociales, asociaciones comunitarias y de varios otros tipos de organizaciones no gubernamentales (PERUZZO, 2008b, p. 5) ⁶.

Medios digitales y comunicación en red: receptores-productores en acción

Vivimos una era de diseminación de la comunicación en red, en la cual la noción de transmisión masiva y vertical de los contenidos debe ser reproblematicada. En este contexto - que Cardoso (2009) denomina de cuarto modelo comunicacional - la red puede ser pensada como elemento articulador a partir de algunos presupuestos, como nos hacen pensar Cardoso (op. Cit), Cogo y Brignol (2010): la posibilidad de compartir contenidos y de construir conocimientos colectivos; el diálogo entre “viejos” y “nuevos” medios en los usos cotidianos, de forma combinada; las apropiaciones interpersonales y colectivas, de forma concomitante a los medios de comunicación; las interacciones horizontales y flexibles; entre otras características definitorias de este nuevo espacio comunicacional, que parece pautarse, principalmente, en un mayor acceso a la esfera de la producción. Todos estos atributos posibilitan apropiaciones y usos de los medios digitales en el contexto de estos reordenamientos de la sociedad en red, enfatizando el carácter sociocultural de los movimientos sociales y el incremento de las tecnologías de la comunicación.

Asimismo, la tecnología por sí misma no sustenta estas dimensiones, aunque en un panorama de comunicación en red, aún percibimos la fuerza de los medios masivos en el ámbito de los medios digitales. Como ejemplo podemos citar la presencia importante de los usos verticales de internet, especialmente a través de los grandes portales (normalmente vinculados a grandes conglomerados de medios, que incluyen redes de televisión y periódicos impresos de extensa circulación) de noticias, en los cuales el nivel de

⁵ Tenemos clara la imprecisión que aún hoy envuelve al término “Nuevas Tecnologías” dado el relativamente reciente surgimiento de la temática como foco de atención de las investigaciones académicas. Asimismo, con objeto de evitar la constante repetición de la nomenclatura “Medios Digitales”, optamos en el presente artículo por utilizar esos conceptos como “Nuevos Medios”, o la fusión entre ellos como cosas semejantes, aún sabiendo cada uno tiene su especificidad.

⁶ Las citaciones literales de las obras en portugués están traducidas al español.

participación propiciado a los actores sociales es mínimo o inexistente. La tecnología no determina la sociedad (CASTELLS, 1998), pero son las complejas relaciones entre cultura y tecnología que configuran nuestro ser y estar en la sociedad en red.

Tomando las redes como "estrategias de interacciones sociales, espacios de intercambios flexibles, dinámicos y en constante movimiento, que no dejan de comportar relaciones de poder [...] que constituyen la esfera de la comunicación y de la cultura" (COGO y BRIGNOL, 2010, p. 6), parece ser, especialmente, la calidad de un mayor acceso a la esfera de la producción, una de las características que más nos interesa. Esto se refleja en cómo la actuación de los movimientos sociales y de la comunicación popular puede reconfigurar los modos de producirse y gestionar la comunicación, puesto que la comunicación popular adquiere nuevas singularidades en la actualidad, en la medida que los nuevos tiempos exigieron nuevas formas de comunicar, más profesionales y con la utilización de otros soportes de los medios, como, por ejemplo, internet (PERUZZO, 2008a).

La emergencia de los medios digitales y de la comunicación en red traen implícitamente la posibilidad de producción de contenidos de los medios a partir de una otra lógica – que se basa en no solamente de una persona para todas, sino de todas para todas –, en el momento en que existe la posibilidad para que los sujetos sociales con acceso a soportes comunicacionales puedan convertirse en productores de medios. En este sentido, la comunicación popular, pautada, muchas veces, por una actuación en pequeña escala, de forma más local, asume otros aspectos. Con la centralidad cada vez más grande de los medios en nuestra sociedad y la diseminación de las nuevas tecnologías comunicacionales, la comunicación deja de tener una posición secundaria en el trabajo de los movimientos sociales y pasa a tener un espacio preponderante, muchas veces constituyéndose en la razón de ser de proyectos de diversas asociaciones de la sociedad civil, como en el caso del *Aldeia* y del *Encine*.

Es importante considerar todos los reordenamientos en las formas de comunicar, que son los resultados del surgimiento de los medios de comunicación digitales, especialmente internet. Son maneras diferenciadas de actuación, que tienen como implicaciones un papel distinto para los sujetos que de este medio se apropian, que ya no pueden ser considerados como meros consumidores. En este ámbito, podemos subrayar el periodismo ciudadano o colaborativo, que cuenta con la contribución de internautas en la construcción de materias; la reconfiguración del local que, a partir del advenimiento de internet, no actúa más como elemento esencial en la formación de comunidades, dado que las redes sociales pueden agregar sujetos colectivos - y sus demandas de ciudadanía - físicamente distantes (MARTÍN-BARBERO, 2006). Los elementos negativos implicados por esta transición también deben ser indicados como el exceso de transitoriedad entre las comunidades virtuales y un cierto vaciamiento de actuación colectiva; el potencial de individualización que puede comportar algunos usos de internet que, en algunas formas de

manifestación de los sujetos sociales prescinden de negociaciones y diálogos, ya que se puede publicar en la red con mucho más autonomía y libertad. Cabe citar el hecho que consideramos que las dimensiones colaborativas y participativas ya se encuentran presentes en la trayectoria de comunicación de los movimientos sociales, apenas asumen otras configuraciones en función de especificidades de estas otras tecnologías disponibles y de la creación de perspectivas diferenciadas de apropiación de estas tecnologías por parte de la sociedad.

Frente a tantos cambios de diseminación y apropiaciones tecnológicas en nuestra sociedad, la comunicación, algunas veces, se convierte en el eje de los movimientos socioculturales como los que estudiamos, es decir, movimientos que comprenden los nuevos medios como herramientas que contribuyen a un proceso de empoderamiento y, por consiguiente, de inclusión social y construcción de la ciudadanía. Aunque en este contexto de ampliación de la comunicación en red aún persiste en la sociedad un modelo de medios masivos, que tiene fuerza política. Es contra este modelo y la forma en cómo actúan los grandes conglomerados mediáticos que las asociaciones de la sociedad civil - que trabajan con comunicación - se posicionan. Los movimientos luchan, principalmente, contra esta lógica en que solo algunos pocos grupos privados de medios tienen el derecho a la comunicación, buscando resguardar el derecho a la comunicación de los actores colectivos. En este sentido, Peruzzo (2008a, p. 376) llama la atención al "empoderamiento", del 'empowerment', en inglés, [que] significa la participación popular activa con poder de control y de decisión en los procesos sociales, [...] y como tal, también la apropiación de medios de comunicación". De esta manera, como veremos más adelante – en el análisis de algunos productos comunicacionales elaborados en el ámbito de las asociaciones estudiadas en esta investigación -, podemos reflexionar que existe un proceso de intersección entre las dimensiones de la red y del masivo. Aunque los movimientos hablen y se guíen por un ideario de contraposición al hegemónico, algunas veces resultan, en sus prácticas mediáticas, adoptando o reproduciendo este modelo.

Cabe enfatizar la interrelación entre la comunicación y las prácticas de ciudadanía, considerando la primera un potencial para que sujetos colectivos actúen en el sentido de construcción de la segunda. El derecho a la comunicación no es algo que deba ser pensado solamente a partir de la perspectiva del acceso, sino también en el derecho que tenemos de producir comunicación, de difundir contenidos y de gestionar políticas públicas a este respecto. Los procesos de aprendizajes educomunicacionales no se dan solamente a partir de la apropiación de los mensajes emitidos por los medios, sino también de su producción. La participación en la gestión comunicacional, en la toma de decisiones, en la investigación sobre temáticas de relevancia que merecen ser discutidas, en la producción de enfoques diferentes sobre una misma cuestión, para que se hagan visibles otras pautas que no aparecen en los grandes conglomerados mediáticos, en la edición que prioriza otras gramáticas comunicativas, en fin, en la actuación en todo el ámbito

comunicacional (cuyo proceso alcanza más relevancia que el producto final en sí) puede ser pensado como un elemento fomentador de ciudadanía. Cogo (2005) señala la ocupación de los medios como un elemento dinamizador de las demandas de ciudadanía de los sujetos sociales, y Peruzzo (2008a, p. 376-377) completa, afirmando:

Hace mucho tiempo se sabe que la participación activa del ciudadano en todas las etapas de la comunicación, como protagonista, propicia la constitución de procesos educomunicativos favorables al desarrollo más ágil del ejercicio de la ciudadanía [...]. No se discute la importancia de la difusión de contenidos educativos, pero no es solo por medio de ellos que se concientiza.

Es un hecho que el receptor nunca fue pasivo y atomizado, pero lo que se busca reflexionar es que, además de productores de sentidos - a partir de su inserción sociocultural – concerniente a lo que “reciben” de los medios de comunicación, los receptores también actúan como productores de contenidos y gestores de procesos sociocomunicacionales más amplios. Ese acceso a los medios de producción genera una reconfiguración significativa con la diseminación de los medios digitales, alterando sobremanera el grado de alcance que los productos puedan tener, a partir de su disponibilidad en las redes. Es en esa acción de gestión y de producción que los receptores-productores pueden ayudar a construir un espacio público democrático, ejercitando los procesos de negociación (y no el sometimiento de los más débiles frente a los más fuertes) entre las diversas culturas, las múltiples identidades y las distintas demandas de los ciudadanos. Es en el momento que los receptores-productores se ponen manos a la obra que podemos vislumbrar una posibilidad concreta de visibilizar las culturas llamadas minoritarias. Los actores colectivos, al abrir espacios en los medios digitales, buscan tener voz propia y pasan a intervenir efectivamente en la sociedad a partir de la actuación de los movimientos sociales en red (BARSÍ LOPES, 2009).

Respecto a la relación entre medios, cultura y movimientos sociales, es importante destacar el protagonismo juvenil en esta esfera de actuación. Son varias las ONGs que trabajan con este perfil de actor colectivo y significativos los recursos públicos destinados a estas acciones en la contemporaneidad. Cogo (2005, p. 3) añade que “en muchas comunidades y movimientos sociales son observadas iniciativas y proyectos de medios comunitarios [...] desarrollados por generaciones de jóvenes que estuvieron presentes en acciones de participación en la formulación colectiva de políticas públicas”.

Juventud: segmento socialmente construido, múltiples miradas

La noción de juventud como categoría no es algo inherente al entendimiento del ser humano, no es algo natural, pero sí un concepto que es social y culturalmente construido, asumiendo, con el transcurso del tiempo, delimitaciones y denotaciones diferentes. En este sentido, Feixa (1998, p. 11) llama la atención

para el "estudio de la construcción cultural de la juventud (es decir, de las formas mediante las cuales cada sociedad modela las maneras de ser joven)". Asimismo, de acuerdo con este autor (op. Cit), para que exista la juventud son necesarias una serie de condiciones sociales (normas, comportamientos, instituciones sociales que distingan los jóvenes de los individuos de otras franjas etarias) y, también, un conjunto de imágenes culturales (valores, códigos y otros atributos vinculados específicamente al universo juvenil). Con esto parece quedar clara la imposibilidad de generalizar el concepto de juventud a todas las culturas, por lo tanto queda invalidada la noción de categoría juvenil como algo inherente al ser humano.

Según Ariès (1981), hasta el siglo XVIII no había lugar para el sentimiento de adolescencia. Confundida con la niñez, la "adolescencia" aparecía como un término vinculado a una noción de fuerza de la edad, de una "edad mediana", no correspondiendo a la visión que tenemos actualmente de esta fase de transición entre el ser "infantil" y el ser adulto. En el antiguo régimen europeo, no existía el sentido de juventud como hoy se percibe, pues los niños empezaban la vida adulta más temprano, lejos de sus familias (FEIXA, 1998). Solo más tarde, "la medicina, la psicología y la educación atribuyen connotación afectiva al sentimiento de la juventud" (GOMES e COGO, 2001, p. 22). Se incorporan, a partir de entonces, una serie de características específicas, como las inquietudes, las contestaciones y las ambivalencias a modo de distinguir la ambigüedad existente entre el período de la infancia y de la madurez. Abramo (1998) afirma que la juventud puede ser entendida como una síntesis de la cultura, o mejor dicho, que los jóvenes representan una "lente de ampliación" acerca de los profundos cambios culturales que suceden en el escenario actual.

Los movimientos contemporáneos proporcionados por la solidificación del capitalismo y por los fenómenos de la globalización y mediatización⁷ dan forma a un proceso de "desafiliación" (CASTEL, 1998), es decir, la ausencia de inserción de los individuos en estructuras que tengan significado social. Pais (2001) argumenta acerca de "tiempos laberínticos" enfrentados por la juventud de hoy, o sea, marcados por una ausencia de previsibilidad del destino (estudiar, enamorarse, trabajar, comprometerse, casarse, tener hijos, etc.), que existía hace veinte o treinta años pero que hoy no se encuentra más. La ausencia de direcciones pone al joven en una encrucijada, pues ya no existe el camino a ser recorrido, provocando, muchas veces, la angustia juvenil, debido a la falta de metas para el futuro. En este sentido, Feixa (1998) destaca el cambio de una sociedad de cultura rural o agraria a una sociedad de cultura industrial, postindustrial y compleja, afirmando (p. 42) que "cuando este paso se hace rápidamente se produce tanto una crisis cultural y sociológica como una obturación de los canales de integración del individuo en las normas de la sociedad".

⁷ Hay una tendencia a que las relaciones humanas se conviertan en 'virtuales' o 'tele-realizadas' debido a la articulación del funcionamiento institucional y de determinadas pautas individuales de conducta con las tecnologías de comunicación (Sodré, 2002, p. 21).

Puede parecer un cliché en un artículo que tiene la juventud como universo de interés, tener la intención de retomar todas estas ambivalencias que cercan a los jóvenes en nuestra contemporaneidad llamada postmoderna. Sin embargo, son justamente estas contradicciones e inquietudes que confirman las características juveniles y la propia formación social contemporánea, puesto que la juventud, pensada como cultura, trae las marcas del tiempo y del espacio en el cual está insertada, es decir, reflejando todas las desigualdades de la sociedad. "La juventud pone al día la contradicción central que estructura la relación de la sociedad con ella misma... se convierte en una metáfora crítica en la cual los conflictos sociales escamoteados resurgen" (FEIXA, 1998, p. 69).

Parece adecuado reflexionar sobre las diversas contrariedades, ambigüedades y disputas que existen en la identidad y en la formación de la personalidad de los jóvenes en nuestra compleja sociedad, teniendo en cuenta, asimismo, que estamos todo el tiempo hablando de juventudes, en plural, dada la imposibilidad de encuadrar la juventud como un objeto homogéneo, sino como algo diverso, múltiple y en constante transformación. La juventud no puede ser entendida como un objeto único y tampoco en un mismo espacio-tiempo.

Sin embargo, más allá de los diversos modos de ser joven - y de las diferentes maneras de pensarlos - nos interesa, especialmente, la juventud que se encuentra en un contexto de desigualdad social, que vive en la periferia de la ciudad de Fortaleza, metrópoli ubicada en la región Nordeste de Brasil. Intentando escapar de los abordajes dualistas de investigación - tan comunes en el ámbito académico - que perciben la juventud relacionada a la delincuencia y a la problemática de la criminalidad o vinculada a una visión glamourosa de poder de compra, consumo y libertad, buscamos aquí entender la juventud como un colectivo activo, capaz de luchar por una transformación social y demandas culturales e identitarias.

Si la adolescencia fue descubierta a finales del siglo XIX, y se democratizó en la primera mitad del XX, la segunda mitad del siglo ha presenciado la irrupción de la juventud, ya no como sujeto pasivo, sino como actor protagonista en la escena pública (FEIXA, 1998, p. 41).

¿Cómo se produce el protagonismo entre los jóvenes que viven en la periferia de las grandes ciudades brasileñas? ¿De qué manera sus matices culturales y sus trayectorias de vida marcan estos procesos de intervención social? Es en este contexto de culturas y de protagonismo juvenil que se insertan las Organizaciones No gubernamentales - ONGs *Aldeia* y *Encine* - que promueven la participación de los jóvenes en movimientos sociales, trabajando la relación entre comunicación y cultura, a partir del empoderamiento de las nuevas tecnologías de comunicación. Es en los espacios de las asociaciones que estos actores colectivos pueden visibilizarse y contar sus historias a partir de otra perspectiva, cuando tienen la oportunidad de producir contenidos y gestionar políticas de comunicación a partir de sus propios marcos de identidad.

En el siguiente apartado presentaremos brevemente las asociaciones *Aldeia* y *Encine*, basándonos en los procesos de afirmación identitaria y en el auto reconocimiento juvenil - potencializado a través de la participación de los jóvenes moradores de periferia en la construcción de la ciudadanía - en el contexto de una modalidad de movimiento social, las ONGs. ¿Cómo se puede fomentar la actuación ciudadana a partir de la apropiación de las tecnologías de comunicación y la creación audiovisual?

Las ONGs *Aldeia* y *Encine*

Fortaleza, capital del estado de Ceará, está ubicada en el litoral Atlántico, con más de 2.500.000 habitantes, siendo la capital de mayor densidad demográfica del país, con 8.001 hab/km²⁸. La ciudad tiene el 15^o⁹ mayor PIB municipal de la nación y el segundo del Nordeste, con 24,4 billiones de reales, y posee el séptimo mayor poder adquisitivo del país¹⁰. Sin embargo, es una metrópoli de intensas desigualdades sociales, donde las elites que viven en departamentos con altílo que cuestan 5 millones de reales dividen el mismo espacio urbano con personas que viven en barracas en la periferia de la ciudad. La capital tiene en la actividad turística una gran generadora de renta y posee la sede del Banco del Nordeste, de la Compañía ferroviaria del Nordeste y del DNOCS - Departamento Nacional de Obras Contra la Sequía.

*Aldeia*¹¹ y *Encine*¹², instituciones elegidas para esta investigación, son asociaciones ubicadas en Fortaleza que trabajan con jóvenes moradores de periferia. El área de actuación de las dos ONGs es muy semejante, englobando, especialmente¹³, el área de Mucuripe (región portuaria de la ciudad), con foco en la juventud del Asentamiento Santa Terezinha, una de las áreas considerada como más violenta¹⁴ de la capital de Ceará, donde se puede, desde la chabola, ver la lujosa playa de Beira Mar, en un ejemplo claro de la desigualdad social en el cual están incertos estos actores colectivos.

Aldeia y *Encine*, que surgieron en el año 2004 y 1998, respectivamente, tienen propuestas de actuación muy próximas, basadas en la inclusión del joven a partir del empoderamiento de los medios digitales. En la concepción de las dos ONGs, las nuevas tecnologías de comunicación posibilitan que la juventud pueda

⁸ Fuente: IBGE. Disponible en:
http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_imprensa.php?id_noticia=1215
Consultado el:
19 mayo 2010

⁹ Fuente: IBGE. Disponible en:
http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/pibmunicipios/2003_2007/tab01.pdf
Consultado el:
19 mayo 2010

¹⁰ Fuente: Target BR. Disponible en:
http://www.targetbr.com/downloads/Release_Imprensa_2008.pdf
Consultado el 19 mayo 2010.

¹¹ <http://www.aldeia.org.br>

¹² <http://encine.cobrallil.com>

¹³ Los jóvenes participantes de los proyectos de las asociaciones no son necesariamente moradores de la región de Mucuripe. De nuestros tres entrevistados, solamente uno de ellos vive en el área.

¹⁴ La región es bastante visible en los medios locales siempre que el asunto en pauta concierne a la criminalidad (asaltos, homicidios y tráfico de drogas, además de la vulnerabilidad social).

producir sus propios contenidos mediáticos y hacerlos circular a través de las redes, impulsando un proceso de construcción y visibilidad de sus identidades (a partir de sus demandas, de su reconocimiento dentro de una territorialidad y de una noción de pertenencia a una sociedad en constantes cambios). Es el acceso a los medios digitales y el manejo de la tecnología que, en la visión de las entidades, pueden contribuir para que estos jóvenes vulnerables puedan reducir las barreras sociales e insertarse en la sociedad como actores que participan e intervienen colectivamente en la construcción de la ciudadanía (LIMA, 2009)¹⁵.

Entre las producciones de las ONGs podemos enumerar blogs; oficinas de producción audiovisual; producción (a partir de cámaras digitales y de teléfonos móviles), edición (con softwares libres) y divulgación (en las redes) de videos; cursos de crítica de los medios; exhibición de videos en la chabola a partir del cineclub; producción de *Megafone*, programa televisivo transmitido en la TV Cultura de Fortaleza; entre otros proyectos relacionados a los medios y la juventud.

Ambas asociaciones perciben a la juventud como intrínsecamente vinculada a esta participación e intervención a través de los nuevos medios. Según Siqueira (2009),

los contenidos audiovisuales [...] están muy cerca de los jóvenes de las comunidades periféricas, de comunidades carentes que no tienen acceso al libro, pero tienen acceso al móvil y a los medios digitales que son mucho más próximos a ellos.

El dominio del lenguaje y la técnica de los nuevos medios proporcionan a la juventud, en la visión de las ONGs, la posibilidad de relatar su propia historia, en la perspectiva de lo que Lima (2009) defiende cuando señala que "el uso de los medios sirve para pensar. [...] Tener los medios hace parte de la ciudadanía, de la conciencia y de la necesidad de auto afirmación como sujeto". Al apropiarse de un conocimiento relacionado a lo audiovisual, los jóvenes estarían adquiriendo otros varios conocimientos distintos y resultarían en la incorporación de un repertorio diferente. "Cada vez más la gente ve que es importante dar autonomía y potencializar más los jóvenes y la sociedad en general para producir sus contenidos y reflexionar sobre ellos, reflexionar sobre la sociedad a partir de estas producciones de medios" (ALBUQUERQUE, 2009).

El LACE - Laboratorio de Comunicación Educativa, según Albuquerque, se ha convertido actualmente en el gran proyecto de *Encine*, en el mayor desafío de la institución. Se trata de la construcción de una red autónoma entre las escuelas públicas para producir comunicación, con laboratorios que posibiliten la interconexión de estas escuelas y su visibilidad en internet, además de proporcionar a los jóvenes que puedan tener cámaras de videos, permitiendo

[...] que ella [escuela] transmita vía *streaming* el programa que sus alumnos hacen. Está en Piauí y cambia contenido con la escuela de Santa Catarina, y ahí es creada una red de comunicación viva,

¹⁵ Las referencias sobre la actuación de las entidades descritas en este tópico del artículo fueron elaboradas a partir de las entrevistas realizadas con Simone Lima y Valdo Siqueira (directores del *Aldeia*) y con Ives Albuquerque (director del *Encine*).

de base, autónoma, una gran red social de comunicación. Una gran red de comunicación, pero que parte de la propia sociedad, y no apenas de un gran medio de comunicación que transmite para todos (ALBUQUERQUE, 2009).

En el *Aldeia*, los coordinadores afirman que en los últimos tiempos la producción ha estado direccionada básicamente para el trabajo con la cultura digital, a partir de una acción colaborativa con más de 40 puntos de cultura¹⁶ en Ceará. Son, también, citados los proyectos de formación en audiovisual. “Una vez hecha la formación en lo audiovisual, los jóvenes empiezan a tener más dominio de las tecnologías, además de hacer sus propios videos” (SIQUEIRA, 2009). Desde entonces, hay todo un cambio de videos entre las webs que hacen parte de estos puntos de cultura, formando una red de actuación que evidencia la intención del *Aldeia* de “pasar la idea del conocimiento libre, de todo conocimiento compartido y colaborativo” (LIMA, 2009). La asociación se considera un espacio fomentador de proyectos, con diversas ideas de inserción cultural de la juventud de periferia. El *Aldeia* también trabaja con música (incentivando y divulgando grupos locales) y promueve semanalmente las actividades de un cineclub en el propio Asentamiento Santa Terezinha, donde la organizadora del evento, la joven Sharliane (moradora del Asentamiento), hizo parte de las clases de capacitación en la asociación.

La voz de los jóvenes del *Aldeia* y del *Encine*

Los jóvenes entrevistados tienen entre 14 y 20 años y viven en tres regiones distintas de la ciudad: 1) Mucuripe, donde se ubica el Asentamiento Santa Teresina, es una región que en los años 50 dejó de ser un barrio de pescadores, sufrió una gran expansión y hoy es conocida como una de las áreas de mayor especulación inmobiliaria de Fortaleza; 2) Pirambú, un barrio con más de 40 mil habitantes por km² y que ostenta una de las mayores densidades demográficas de Brasil; y 3) Conjunto São Miguel, un conjunto habitacional en Caucaia, ciudad que es parte de la Región Metropolitana de Fortaleza cuya economía está basada en la agricultura, industria y turismo. Las tres regiones son conocidas por la población de Fortaleza como locales pobres y peligrosos.

Los dos jóvenes vinculados al *Encine* estudian, condición esta exigida para que puedan formar parte de la asociación. Un tercer joven que participa del *Aldeia*, el cual tiene el bachillerato concluido y hoy, además de ejercer sus actividades en la ONG, trabaja como auxiliar administrativo en la escuela donde estudió, en la región de Mucuripe.

¹⁶ Puntos de cultura son iniciativas desarrolladas por la sociedad civil brasileña a partir de un proceso de selección a través de convocatorias públicas, en el ámbito del Ministerio de Cultura. Los sectores contemplados en las convocatorias, a través del convenio firmado con el Ministerio de Cultura, se convierten en los responsables por articular y desarrollar acciones socioculturales que ya existen en las comunidades.

Los jóvenes saben expresarse bien, son conscientes de sus trayectorias, de la realidad de su entorno y de las carencias que hacen parte de sus vidas. En sus testimonios y sus visiones del mundo expresadas durante las entrevistas temáticas (como aquellas referentes a los derechos de los jóvenes), las cuestiones de ciudadanía y las leyes del Estatuto de los Niños y Jóvenes, siempre son citadas por ellos, probablemente como consecuencia de la inserción de los entrevistados en el ámbito de los proyectos sociales. Todos ellos ya tienen alguna experiencia - aunque sean muy jóvenes - junto a los movimientos sociales, y su participación en el *Aldeia* y en el *Encine* resultó como consecuencia de otras actuaciones en otros proyectos y asociaciones, enfatizando el carácter transitorio y, muchas veces, fragmentado de la actuación de los grupos juveniles (MAFFESOLI, 2000).

Los actores colectivos juveniles manifiestan una amplia presencia de los medios en sus vidas, además del trabajo realizado en el ámbito de las asociaciones. La incorporación de las tecnologías de comunicación en su cotidiano es notoria, especialmente los usos del teléfono móvil y de sus herramientas (camera digital, filmadora, reproductor de MP3, etc.) y de internet - en las Lanhouses¹⁷ - y de las potencialidades que advienen a través de estos, como, por ejemplo, las redes sociales (especialmente el *Orkut*¹⁸), los juegos online, el acceso y compartición de videos en webs (principalmente el *YouTube*¹⁹), los chats de conversación y algunos softwars que tienen esta finalidad (especialmente el *MSN Messenger*²⁰). Pero es posible percibir la relación entre la comunicación en red con la comunicación masiva en los usos que los jóvenes también hacen de dichos medios "tradicionales", como la radio, las revistas y la televisión. Sobre este diálogo entre diversos tipos de medios y soportes, cabe rescatar la contribución de Cogo y Brignol (2010), cuando nos hacen reflexionar que lo masivo no cede completamente su espacio a la red. No hay una superación del uno por el otro, sino una convivencia entre los medios, fenómeno que algunos autores designan como remediación (BOLTER e GRUSIN, 1999).

Es fácilmente percibida una postura de rechazo a los medios hegemónicos y masivos, por parte de los jóvenes, especialmente en lo que concierne a la televisión. "En la televisión [...] hay mucha alienación, encuentro un desperdicio quedar asistiendo aquella programación de televisión, principalmente aquellos de comida, los peores de todos". [...] Son cosas irreales. Lo que yo saco de allí son pocas cosas" (Joven 1, 20 años). "Los medios de comunicación son el cuarto poder" (Joven 3, 14 años). Notamos en estas afirmaciones el papel manipulador del medio, muy presente en la historia de los movimientos sociales, como una fuerte matriz de pensamiento evidenciado en el contexto de la sociedad brasileña en general.

¹⁷ "Lan" significa *Local Area Network*, o sea, red local de ordenadores. Lanhouse es el establecimiento comercial en el cual es ofrecido el uso de estos ordenadores conectados en red para acceso a internet y programas en general, como los juegos electrónicos, chats de conversación, entre otros.

¹⁸ Orkut es una red social similar al Facebook y vinculada a Google. Fue creada en 2004 con el objeto de promover la interrelación entre sus miembros. Es la red social con mayor participación de brasileños, con más de 23 millones de usuarios, según datos de enero de 2008.

¹⁹ YouTube es un website que permite a sus usuarios exponer y compartir videos en formato digital. Es la web más popular de este tipo, debido a la posibilidad de aceptar casi todo tipo de formatos. Además, también posee una gran variedad de películas, videoclips y materiales caseros.

²⁰ El MSN Messenger es un programa que permite que un usuario de Internet se comunique con otro que tenga el mismo programa, en tiempo real, pudiendo tener un listado de amigos "virtuales" y saber cuando ellos entran y salen de la red.

A medida que avanzamos en la entrevista, asimismo, van surgiendo pistas sobre la presencia de la televisión en la vida de nuestros sujetos-investigados, demostrando que hay en sus apropiaciones mediáticas un uso coordinado entre los medios masivos y medios en red. "Me gusta verla [televisión]... poco, pero veo más la Record, series" (Joven 2, 18 años). "Televisión es mas así, es... cuando hay novela o noticiero que va a ser transmitido" (Joven 3, 14 años).

Destacamos una noción, por parte de los jóvenes de las asociaciones, de la visibilidad mediática como sitio de conquista de la ciudadanía. Los medios de comunicación muchas veces alcanzan, en la contemporaneidad, el status de espacios, en los cuales la ciudadanía se solidifica y se materializa (BUCCI, 2004; MATA, 2002, 2000, 1999). Hacer sus prácticas visibles a la sociedad parece ser uno de los objetivos de los movimientos sociales, que necesitan el apoyo financiero del Estado, por parte de las oposiciones públicas, y del interés de la sociedad civil por los trabajos desarrollados en el ámbito de sus actuaciones. Según los informantes, el medio de comunicación "ayuda a divulgar todos estos proyectos, que es una cosa buena. Así el proyecto tiene expansión" (Joven 1, 20 años). "Creo que esto [actuación de los medios respecto a los movimientos sociales] es muy importante porque la gente está pasando una cosa que nosotros estamos aprendiendo, esto no se queda sólo con nosotros" (Joven 3, 14 años). "Es un medio de solución. [...] Creo que el punto máximo del Encine es realmente pasar el conocimiento trabajado dentro del proyecto" (Joven 2, 18 años). A partir de las contribuciones de Cogo (2005), podemos ver al medio como este espacio configurador de la realidad, productor y organizador del sentido, o sea, como instancia de ordenación de la vida social, de las "modalidades y de las agendas de acción e intervención de actores y movimientos sociales en la sociedad contemporánea" (COGO, op. Cit, p. 2). Stuart Hall (2003), a su vez, llama la atención sobre los riesgos impuestos a las culturas y a las identidades por la lógica mediática de la visibilidad. En el ámbito del llamado multiculturalismo comercial, Hall (op. Cit) alerta acerca de la insuficiencia de los postulados que sugieren que el reconocimiento público de la diferencia o de la diversidad cultural, a través, por ejemplo, de la visibilidad mediática, aseguren la resolución (y la disolución) de estos problemas en la esfera del consumo privado, "sin otra necesidad de redistribución del poder y de los recursos." (HALL, op. Cit, p. 53).

En lo que concierne a los procesos socio comunicacionales desarrollados en el interior de las asociaciones, los datos extraídos de las entrevistas parecen sugerir una cierta autonomía de los jóvenes frente a las acciones de las ONGs como modalidad organizativa e institucionalizada de movimiento social. Con relación a las producciones audiovisuales, los actores colectivos juveniles pueden poner en práctica todo el repertorio de conocimiento adquirido durante los talleres de capacitación para los medios. "Ahora fue dividido y yo soy de la técnica. [...] Allá nosotros hacemos el análisis de los textos, somos nosotros que decimos lo que es necesario, somos nosotros que dividimos el texto, somos nosotros que decimos lo que

vamos a necesitar, maquillaje, todo, somos nosotros que decimos" (Joven 3, 14 años). "La cuestión de la metodología es la cara del joven mismo, dejando que él cree, que él tenga seguridad cuando habla" (Joven 2, 18 años). A partir de lo que señalan los entrevistados, podemos percibir que se privilegia, en el ámbito de las asociaciones, un tipo de experimentación con los medios que buscan relativizar las jerarquías y que posibilita al joven el ejercicio creativo de varias funciones y actividades técnicas, de gestión y producción, lo que nos permite decir que son modos a través de los cuales una parte de la juventud experimenta las tecnologías en la actualidad.

Con relación a los procesos de toma de decisiones y gestión de políticas públicas, los informantes de la investigación confirman el carácter de descentralización y de diálogo entre adultos coordinadores y jóvenes participantes en el espacio de las ONGs. "Es bien dinámico, bien abierto. Yo, creo, no haber encontrado aún un proyecto tan democrático con relación a la cuestión de la metodología, a la cuestión de la información, a la cuestión de cómo tú puedes estimular la creatividad y desarrollarla aquí (Joven 2, 18 años). Aunque sabemos que hablar de movimiento social no es necesariamente igual que pensar en proceso horizontal y democrático, las asociaciones *Aldeia e Encine*, a través de las afirmaciones de sus participantes, son vistas como espacios favorables al surgimiento y al mantenimiento de diálogos, además al establecimiento de procesos comunicacionales que van más allá del dominio y hegemonía de una tecnicidad.

Es importante resaltar, sin embargo, que la observación y el seguimiento de las actividades en los espacios de las asociaciones hizo emerger algunos elementos que nos llevan a indagar acerca de una horizontalización de la toma de decisiones en el ámbito de las interacciones entre coordinadores y jóvenes que participan de los proyectos. En los talleres de *Encine* fue posible observar que algunas actividades son presentadas a los jóvenes ya previamente elaboradas por los coordinadores del proyecto, sin una participación más efectiva de los adolescentes. En el contexto del *Aldeia* observamos que algunas producciones audiovisuales llegan a los jóvenes con un formato bastante cerrado y previamente definido por los coordinadores. En los talleres, los coordinadores suelen direccionar lo que los adolescentes deben hacer, los modos como deben hablar, para donde deben mirar, las cuestiones de sus vidas que deben explicitar. Pero también es indispensable decir que la concentración de las decisiones no prevalece como regla en el espacio de las ONGs. En gran parte de las acciones desarrolladas en *Aldeia y Encine*, es posible percibir también espacios para la participación activa de los jóvenes involucrados en los proyectos. Y más que el producto final, la calidad del video o el alcance que estas creaciones audiovisuales tienen en la sociedad, son los procesos, las relaciones, que se forman en las prácticas mediáticas que apuntan a un sentido de comunicación ciudadana vivenciados por los jóvenes.

El elemento principal que caracteriza la comunicación como popular, comunitaria y/o alternativa está en el proceso, en las prácticas sociales, en las relaciones que se establecen y no en los medios utilizados, tampoco en otra característica cualquiera. [...] Lo que importa es el conjunto de la praxis (PERUZZO, 2008b, p. 14)

En lo referente al fomento de la ciudadanía construida en este tipo de comunicación comunitaria, los jóvenes investigadores son unánimes en afirmar la relación de acercamiento existente entre los procesos socio comunicacionales desarrollados por el *Aldeia* y el *Encine* y sus marcos de identidad, sus trayectorias de vida. Es interesante cuando uno de los informantes destaca un movimiento de valorización de su barrio, hecho inexistente antes de su entrada en la asociación. "Antes yo tenía vergüenza de decir que vivo en Pirambú. Entonces cuando llegué aquí yo vi que nosotros tenemos que tener orgullo de nuestra raíz y de nuestra tierra. [...] El Encine me ha dado este pensamiento, de orgullo, de estar trabajando este lado mio" (Joven 3, 14 años). Los vínculos de identidad y los sentidos de reconocimiento son fundamentales para que se amplíe y se consolide el empoderamiento social del medio y la ampliación de la ciudadanía (PERUZZO, 2008a), pues, ¿cómo sería posible luchar por algo con lo que uno no se identifica y en lo que no cree?

Asimismo sobre los procesos de identificación, todos los jóvenes alegaron que no se sintieron reconocidos en la construcción que los medios masivos hicieron de la juventud, acusando a los grandes medios masivos de silenciar una parte de sus experiencias, especialmente aquellas que se refieren a la dimensión de la solidaridad. "Ellos [los medios de comunicación] ponen que los jóvenes son rebeldes, que no tienen derechos, que son vándalos. [...] Ellos no enseñan la parte buena de la juventud, una juventud más amiga" (Joven 3, 14 años). En un sentido inverso a lo que sienten en lo que concierne a los medios masivos, a través de la comunicación popular producida en las asociaciones, los jóvenes organizan movimientos de pertenencia y reconocimiento, identificándose con la manera de cómo la cultura es retratada en los productos mediáticos elaborados en el ámbito de las ONGs. Recordando una producción de la cual hizo parte, uno de los jóvenes comenta que

Quien escribía los guiones eran los alumnos. Entonces, la idea era coger cosas de su cotidiano y poner dentro del guión, de lo que tú querías hablar. Entonces, la nuestra cultura, de los jóvenes, de la lucha de las personas que participan del *Aldeia* está muy presente. Muy representada, documentada dentro de los videos que fueron hechos (Joven 1, 20 años).

Con relación a los productos audiovisuales desarrollados por las asociaciones, podemos afirmar que ellos representan un aspecto más local de la cultura de los moradores del área de Mucuripe, dado que elaboran videos sobre la vida de los pescadores, de los recicladores de basura, de los problemas ecológicos de la región, etc. Destacamos aquí la importancia de la manifestación de la identidad local, en las declaraciones

de estos jóvenes, como una forma de resistencia o de defensa frente a los procesos de homogenización o de subordinación culturales impuestos, por ejemplo, por la globalización.

Ya las producciones audiovisuales del *Encine* están direccionadas prioritariamente a cuestiones más específicas del universo juvenil, como sexo, DSTs, música, deportes, inserción en el mercado de trabajo, etc., a través, especialmente del *Megafone*, programa de televisión en el cual el guión, la presentación y la edición son realizados por los propios jóvenes de la ONG. La forma "políticamente correcta" destaca el lenguaje de este programa televisivo, que deja entrever una dicotomización entre "nosotros", los jóvenes conscientes y "ellos", los jóvenes enajenados, generalizando una postura que los jóvenes deben tener para ser aceptados en el grupo. Estéticamente en el programa, aunque sus realizadores no estén de acuerdo con las lógicas hegemónicas, hay fuertes elementos de una estética y de un lenguaje de la manera de comunicación realizada en la televisión abierta y generalista brasileña, en lo referente a la postura de los presentadores, a la edición, a las viñetas, lo que muchas veces puede ser tomado como una copia de los programas dirigidos por el presentador Serginho Groisman²¹. Es significativo cuando Downing (2010, p. 7) evidencia que "hay cierta complicidad entre los 'medios comunitarios' y los medios convencionales, y por lo tanto no [están] tan radicalmente separados". Vale la pena también subrayar que, a partir de los aportes de Cogo (1998) y Peruzzo (1998), es posible reflexionar sobre un posible rechazo a los referentes y al lenguaje de los medios masivos, que destaca la trayectoria de comunicación popular y que, muchas veces, contribuye para dejarla poco atractiva. Lo que puede ser entendido en este marco de lo que fue referido anteriormente sobre la emergencia de la comunicación alternativa y popular como un campo contra hegemónico a la comunicación masiva en el contexto de América Latina.

Martín-Barbero (2008) añade elementos a la discusión, cuando nos hace pensar que, aunque tenemos la intención de actuar en la dimensión de la creatividad y de la productividad independiente, no podemos desconocer las lógicas del mercado y tampoco dejarse mover por algunos pequeños aspectos de la industria. Como podemos percibir en los productos audiovisuales de las asociaciones investigadas, los medios comunitarios no demuestran solamente actitudes de resistencia y subversión, sino también elementos de complicidad y de apoyo al sistema masivo de comunicación.

Consideraciones finales

En este trabajo, buscamos apuntar y analizar aspectos de las apropiaciones y de los usos de las tecnologías de comunicación y de los procesos de ciudadanía de jóvenes en el contexto de movimientos sociales en la periferia urbana de la región nordeste del Brasil. Los resultados parciales de esta investigación, aún en

²¹ Sérgio Groisman es periodista y presentador de televisión. Actualmente trabaja en la Red Globo, donde presenta los programas *Altas Horas* y *Ação*. Tiene empatía con los jóvenes y casi todas las actividades del programa están dirigidas a este público.

curso, apuntan a la configuración de una comunicación ciudadana que incorpora a la experimentación de las llamadas nuevas tecnologías, especialmente Internet; la vivencia de dinámicas de redes, combinándolas con materialidades, modos organizativos y experimentales de hacer una comunicación alternativa y popular, ya presentes en la trayectoria de la comunicación alternativa y comunitaria desarrollada en las últimas décadas en América Latina.

En las prácticas de comunicación ciudadana de los jóvenes, se destaca la permanencia de aspectos predominantes de un modelo de comunicación masivo con la inclusión de dimensiones de una comunicación en red, como también la convivencia de concepciones de comunicación ciudadana en que el énfasis a veces está en la ocupación de los espacios y en la producción de contenido contra hegemónico, como también en la necesidad de construcción de procesos comunicacionales más horizontales y democráticos.

Referencias

Abramo, Helena (1998). A apatia da juventude é um mito. *Revista Juventude.br*, Rio de Janeiro, dezembro. Disponible en: <http://www.multirio.rj.gov.br/seculo21/> Acceso en: 07 out. 2007.

Alonso, Ângela (2009). As teorias dos movimentos sociais: um balanço do debate. *Lua Nova*. São Paulo, n. 76, p. 49-86.

Ariès, Philippe (1981). *História social da criança e da família*. Rio de Janeiro: Guanabara.

Barsi Lopes, Daniel (2009). *Cidadania juvenil em rede: Aldeia, Encine e as mídias digitais na configuração da comunicação cidadã*. Trabajo presentado en el NP Comunicação para a Cidadania, en el XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), realizado em Curitiba – PR, de 4 a 7 de septiembre de 2009. Actas del Congreso, 15 p.

Bolter, Jay David; Grusin, Richard (1999). *Remediation: understanding new media*. Boston: MIT Press.

Bucci, Eugênio (2004). *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo.

Cardoso, Gustavo (2009). *Da comunicação em massa à comunicação em rede: modelos comunicacionais e a sociedade de informação*. Portal de la Comunicación: Lección del Portal, Barcelona. Disponible en: http://www.portalcomunicacion.com/esp/n_aab_lec_3.asp?id_llico=51 Aceso en: 10 abr. 2010.

Castells, Manuel (1998). *A era da informação: economia, sociedade e cultura: a sociedade em rede*. Vol. I. São Paulo: Paz e Terra.

Cogo, Denise (2010). A Comunicação cidadã sob o enfoque do transnacional. *INTERCOM – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo, v. 33, p. 81-103. Disponible en: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/view/6076/5387> Aceso en: 11 nov. 2010

Cogo, Denise (2005). Mídia Comunitárias: outros cenários e cidadanias. *Direitos Humanos*. Disponible en: http://www.direitos.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=1. Aceso en: 20 maio 2010.

Cogo, Denise (1998). *No ar ... uma rádio comunitária*. São Paulo: Paulinas.

Cogo, Denise; Brignol, Liliâne (2010). *Redes sociais e os estudos de recepção na internet*. In: ANAIS DO XIX ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS - Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação. 2010, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2010, p. 1-15. Disponible en: http://compos.com.puc-rio.br/media/gt12_denise_cogo.pdf Aceso en: 11 nov. 2010.

Downing, John (2010). *Nanomedios de comunicación: ¿O de red? ¿O de movimientos sociales? ¿Qué importancia tienen? ¿Y su denominación?* Portal de la Comunicación: Monográficos del Portal, Barcelona. Disponible en: http://www.portalcomunicacion.com/catunesco/download/2010_DOWNING_NANOMEDIOS%20DE%20COMUNICACIÓN.pdf Aceso en: 17 abril 2010.

Feixa, Carles (1998). *De jóvenes, bandas y tribus: antropología de la juventud*. Barcelona: Ariel.

Gohn, M. G. M (2010). *Movimentos Sociais e Redes de Mobilizações no Brasil Contemporâneo*. Petrópolis: Vozes.

Gomes, Pedro Gilberto; Cogo, Denise (2001). *Televisão, escola e juventude*. Porto Alegre: Mediação.

Hall, Stuart (2003). *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Machado, Jorge Alberto S (2007). Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. *Sociologias*. v. 9, n. 18, p. 248-285, jul./dez.

Maffesoli, Michel (2000). *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

Martín-Barbero, Jesús (2008). Políticas de la comunicación y la cultura: claves de investigación. Documentos CIDOB, serie *Dinámicas Interculturales*. Barcelona, número 11, dezembro.

Martín-Barbero, Jesús (2006). Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Denis de (org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad.

Martins, José de Souza (2008). *A aparição do demônio na fábrica: origens sociais do eu dividido no subúrbio operário*. São Paulo: Ed. 24.

Mata, Maria Cristina (2002). Comunicación, ciudadanía y poder: pistas para pensar su articulación. *Revista Diálogo de la Comunicación*. Lima, n. 73-74, p. 47-58, jun.

Mata, Maria Cristina (2000). De la presencia a la exclusión. La obliteración del conflicto y el poder em la escena mediática. *Revista Diálogos de la Comunicación*. Lima, n. 59-60, p.166-173, out.

Mata, Maria Cristina (1999). De la cultura masiva a la cultura mediática. *Revista Diálogos de la Comunicación*. Lima, n. 56, p. 80-89, out.

Melucci, Alberto (2001). *A invenção do presente: movimentos sociais nas sociedades complexas*. Petrópolis: Vozes.

Mills, Charles Wright (1975). *A imaginação sociológica*. Rio de Janeiro: Zahar.

Pais, José Machado (2001). *Ganchos, tachos e biscates*. Porto: Âmbar.

Peruzzo, Cicília (2008a). Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaboraões no setor. *Palavra Chave*, volume 11, número 2, p. 367-379, dezembro.

Peruzzo, Cicília (2008b). *Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço*. Trabajo presentado en el NP Comunicação para a Cidadania, en el XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), realizado em Natal – RN, de 2 a 6 de septiembre de 2008. Actas del Congreso, 20 p.

Peruzzo, Cicília (1998). *Comunicação nos movimentos populares: a participação da construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes.

Scherer-Warren, Ilse (2010). Movimentos sociais e pós-colonialismo na América Latina. *Ciências Sociais Unisinos*. n. 1, v 46, p. 18-27, jan./abril.

Sodré, Muniz (2002). *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Rio de Janeiro: Vozes.

Tilly, Charles; Wood, Lesley (2010). *Los movimientos sociales, 1768-2008: desde sus origines a facebook*. Barcelona: Crítica.

Touraine, Alain (1998). *Poderemos viver juntos?: iguais e diferente*. Petrópolis: Vozes.