



2º de Bachillerato Cultura Audiovisual

Contenidos

Medios de comunicación de libre acceso: Medios de comunicación ciudadanos



Programa de radio de "Radioactivos" realizado en la calle.

Fotografía de **Antonio Rull** en **Radioactivos**. Licencia **CC BY NC SA**



Foto de TUCAMON en Flickr con Licencia Creative Commons

Los medios comunitarios están amparados por las leyes audiovisuales que hay en todo el mundo y son la máxima expresión de los contenidos generados por la ciudadanía. Para que estos medios existan los gobiernos y la sociedad civil debe generar espacios de formación y posibilidades para que se produzcan.

En este tema veremos algunos ejemplos tanto en Radio, como en Prensa y Televisión. Espacios que han tenido un renacer gracias a la tecnología digital. En la era de la participación y de la sociedad red estos medios se han multiplicado y han desplegado nuevas estrategias que nos permiten hablar de "periodismo ciudadano" y sobre todo que permiten el desarrollo de otras visiones y miradas frente a los medios de comunicación comerciales.

Un fenómeno que también estudiamos en este tema es el de la evolución de la creadores de contenidos audiovisuales en Internet, el fenómeno de los Youtubers está en alza porque algunas personas que se mueven en este ámbito tienen más seguidores que los medios tradicionales con lo cual el impacto de estos ciudadanos que generan contenidos y conversación deben ser tenidos en cuenta.

Importante

- Los **medios de comunicación comunitarios** son aquellos que se hacen de manera participativa y colaborativa por la ciudadanía y la sociedad civil organizada. No buscan grandes audiencias sino ser capaces de generar una comunidad en torno a las historias que se cuentan.
- Con la llegada de **Internet** se ha producido una revolución en los medios de comunicación comunitarios.
- Las **nuevas tecnologías** no sólo están modificando la dinámica de los medios de comunicación en relación con los contenidos, sino que contribuyen también significativamente a crear nuevas formas de que los medios interactúen con su público.
- Los **youtubers** son usuarios/as de Youtube creadores de distintos contenidos audiovisuales que no solamente producen y suben sus vídeos, sino que además logran una difusión importante de estos, es decir altas visualizaciones a sus vídeos y/o grandes números en los suscriptores de su canal, por lo cual el término Youtubers se le aplica a los mayores "influenciadores" de esta red social. Muchos "youtubers" logran obtener ingresos por esta vía e incluso ser su medio de vida profesional.

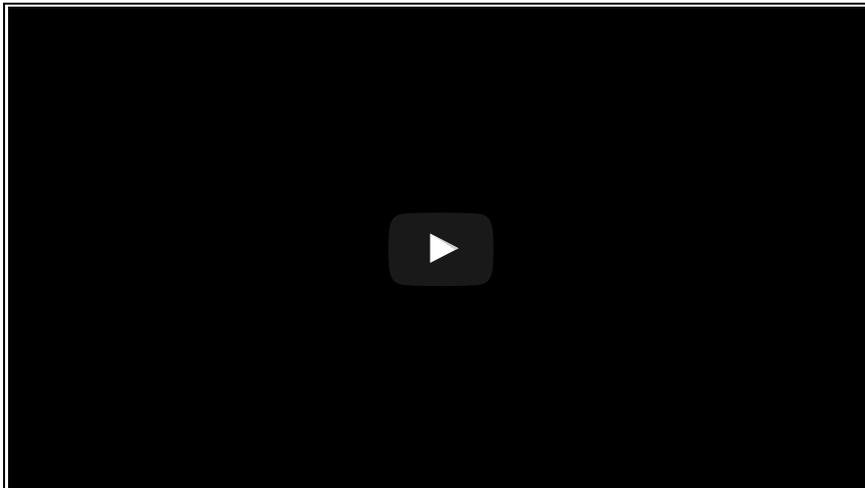
1. La función de los medios de comunicación comunitarios

Periodismo ciudadano, medios de comunicación participativos, medios comunitarios son nombres para un tipo de medio de comunicación social que está hecho desde una óptica no comercial. Esto tiene muchos matices posibles pero, para entendernos, los medios de comunicación de los que vamos a hablar en este tema son aquellos que se hacen de manera participativa y colaborativa por la ciudadanía y la sociedad civil organizada.

En estos medios de comunicación comunitarios la accesibilidad y la especificidad de los destinatarios cobran todo su sentido. El más extendido es la radio, es el medio comunitario por excelencia ya que su producción y acceso son baratos, tienen un gran alcance y no excluyen a personas analfabetas.

Estos medios se definen más por su misión que por su magnitud o ubicación. Se asocia generalmente con una actitud cercana y una tendencia a la libre circulación de las ideas y opiniones. Se propone educar y entretener, informar y divertir. No buscan grandes audiencias sino ser capaces de generar una comunidad en torno a las historias que se cuentan. Suelen contar con apoyo local que puede ser con publicidad, alguna subvención pública y con donaciones y trabajo voluntario. Los medios comunitarios llenan a menudo el vacío dejado por los grandes medios de comunicación privados que funcionan con otros intereses y que suelen no tener en cuenta a los grupos sociales escasamente representados o marginados.

En España existe la **Red de Medios Comunitarios** que reúne los intereses y acciones de muchas entidades que trabajan en estas claves por todo el país. El vídeo que puedes ver a continuación reconoce los más de 30 años de existencia de estos medios y sobre todo su reconocimiento en las Leyes Audiovisuales del país. Los medios de comunicación comunitarios responden a un derecho que tiene la ciudadanía que se basa en el acceso a los medios de comunicación.



Reportaje de **Televisión Española** en **Youtube**

Para saber más

¿Qué requisitos hay que cumplir para formar parte de la Red de Medios Comunitarios de España? **En su web** los explican de manera muy sintética y son un buen resumen de qué características conforman un medio comunitario.

¿Quieres sumarte?

Si eres...

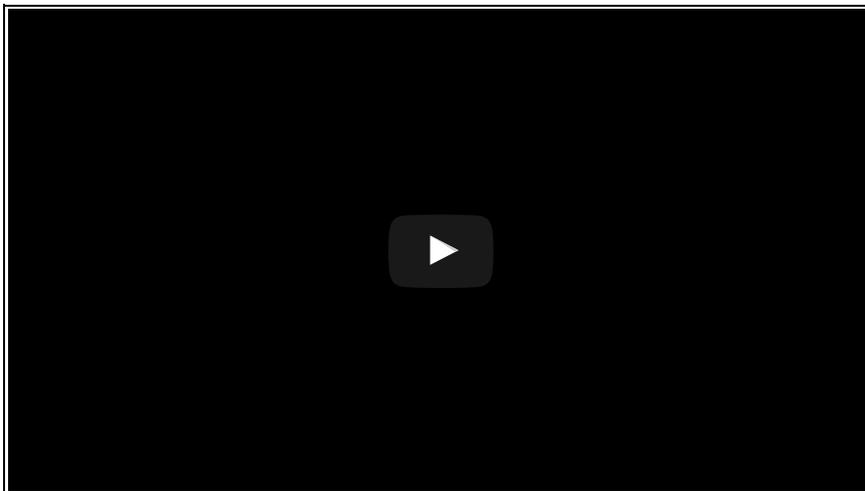
- Un actor privado que tiene una finalidad social
- Gestionado por organizaciones sociales de diverso tipo
- Orientado a satisfacer las necesidades de comunicación y a habilitar el ejercicio del derecho a la información y libertad de expresión de las personas integrantes de comunidades determinadas, sean éstas territoriales, etnolingüísticas o de intereses, ante las cuales son responsables.
- Abierto a la participación lo más amplia posible respecto la propiedad del medio y el acceso a la emisión, así como a las diversas decisiones de programación, administración, operación, financiamiento y evaluación.
- Que no tiene fines de lucro
- Que no realiza proselitismo religioso ni político

Las nuevas tecnologías no sólo están modificando la dinámica de los medios de comunicación en relación con los contenidos, sino que contribuyen también significativamente a crear nuevas formas de que los medios interactúen con su público. Los blogs, los teléfonos móviles y otros dispositivos en línea ponen a los productores de contenidos en estrecho contacto con sus consumidores. Por primera vez en la historia de la industria de los medios de comunicación, especialmente en los mercados más desarrollados de esos medios, es tanta la información que fluye desde los consumidores como la que sale por conducto de los medios nuevos y tradicionales de comunicación.

Alentar la participación es clave para la supervivencia de los medios de comunicación en un mercado competitivo, al tiempo que constituye una oportunidad para trabajar con el público. De este modo el público puede influir activamente en los contenidos, y tener acceso a un dispositivo ya existente por cuyo conducto puede compartir sus puntos de vista.

Por todo esto, con la llegada de Internet se ha producido una revolución en los medios de comunicación comunitarios. El acceso a los canales de distribución se han multiplicado y como hemos visto en otros contenidos de esta misma asignatura ha sido internet quien ha puesto patas arriba tanto las formas de hacer como de comunicar. En este sentido, para los medios pequeños ha sido una oportunidad para acceder a canales y usos de las redes sociales como veremos en próximos temas. Sabiendo todo esto vamos a centrarnos en algunos ejemplos.

Radio



Vídeo de **Onda Palmeras** en **Solidarios** de **Canal Sur**, Onda Palmeras Córdoba en **YouTube**

En el vídeo puedes ver el espíritu de muchas de las Radios Comunitarias o Radios Libres que ahora mismo siguen funcionando como en el Barrio de las Palmeras de Córdoba. Hay otros muchos ejemplos y seguro que conoces alguno cercano. La radio es un medio barato, que se escucha de manera habitual tanto en las casas, como en los medios de transporte como en los teléfonos móviles. La radio permite hacer otras cosas al mismo tiempo con lo cual es cada vez más fácil que sea escuchada.

Un ejemplo significativo es **Radiópolis Radio**, que se puede escuchar en el 88,0 de la FM de Sevilla y a través de su web <http://radiopolisradio.blogspot.com.es/> y aplicaciones móviles. Es buen ejemplo porque **Radiópolis** junto a **Onda Color** de Málaga se suman muchas iniciativas y capacidades para reclamar que las radios comunitarias sean más reconocidas por los diferentes estamentos públicos. En **Radiópolis** han sido capaces de llevar la radio a la calle y ahora mismo gestionan dos espacios para actividades culturales y un festival anual de música libre. La radio se ha convertido en un sujeto activo de la cultura en Sevilla. Su financiación comenzó a través de Presupuestos Participativos y ahora tienen abierta **una campaña de suscripción de socios**, una de las formas más comunes que tienen los medios para sufragar los gastos que tienen.

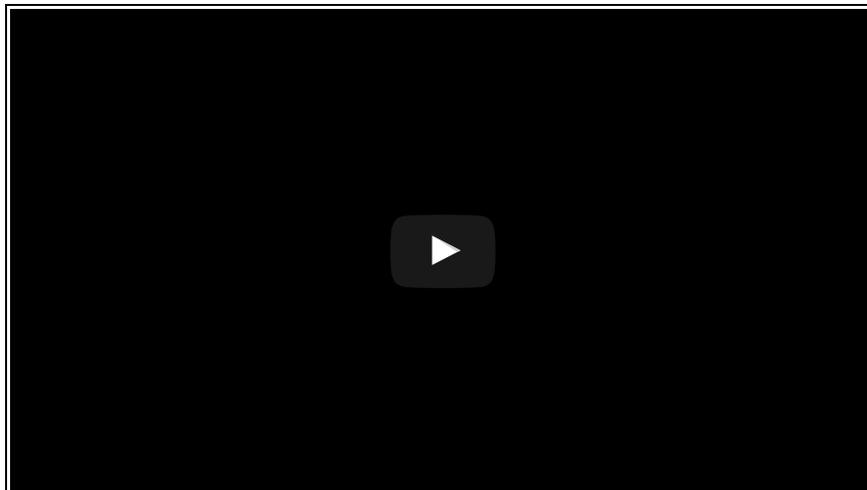
Prensa



Foto de doodle dubz, en **flickr**, **Licencia CC BY NC SA**

En el ámbito digital la prensa ciudadana ha pasado por muchas fases. Desde el movimiento más activista de blogs y nodos de comunicación ciudadanos como **Indymedia** (una red global de medios ciudadanos, puedes visitar en español los que hay en **Argentina** para hacerte una idea) a proyectos como **The Bristol Cable**, un medio de la ciudad inglesa que viene fomentando el periodismo ciudadano tanto de manera digital como con **ediciones en papel**. En España también tenemos nuevos medios de comunicación que no siendo exclusivamente comunitarios funcionan también con el apoyo de socios y donaciones, son el caso de **EIDiario.es**, **La Marea**, **CTX**, **El Salto** y **El Topo**.

Veamos un medio que tiene mucho de ciudadano y de cercanía, se trata de esta propuesta que se edita en Granada:



GranadaiMedia, Quejida Producciones en [YouTube](#)

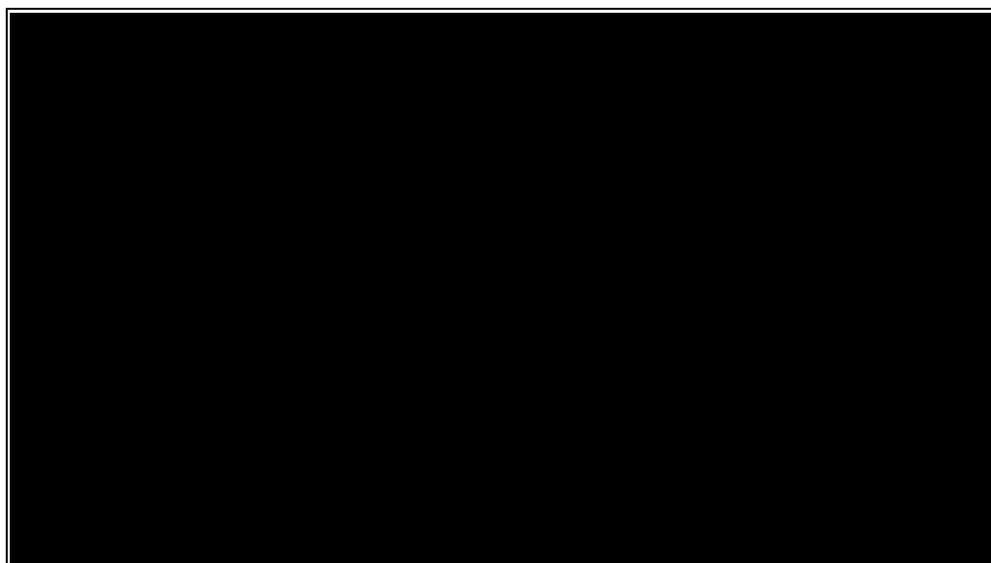
En este ejemplo de [GranadaiMedia](#) se explica muy bien dos características: la cercanía y la conexión con la comunidad que te lee. Puedes ver medios y blogs por barrios. Es un medio cercano, que intenta ser sostenible desde la escala más local y que se preocupa por historias que están alejadas del día a día de un medio de comunicación convencional.

Curiosidad

OhMyNews, una verdadera revolución en Corea del Sur.

Es un ejemplo clásico, porque lleva más de 10 años en activo, www.ohmynews.com. Está basado en la idea del periodista ciudadano, tiene una media de un millón de visitas al día y, según cuenta **The New York Times**, fue el medio clave en la elección de uno de sus presidentes. De hecho, fue el primer medio al que el nuevo presidente concedió una entrevista. El sitio web funciona de una manera simple: unos 30.000 ciudadanos hacen también de reporteros, mientras unos 40 periodistas verifican las noticias suministradas; todo eso se transforma en unos 200 artículos al día, lo que supone el 85 por ciento de lo publicado. Ahora tienen también una escuela de periodismo ciudadano. Si entras en su web solo encontrarás contenidos en coreano pero nos parece una curiosidad digna de mención.

Televisión



TELE K, 20 AÑOS INDÓMITOS from [TMEX](#) on [Vimeo](#).

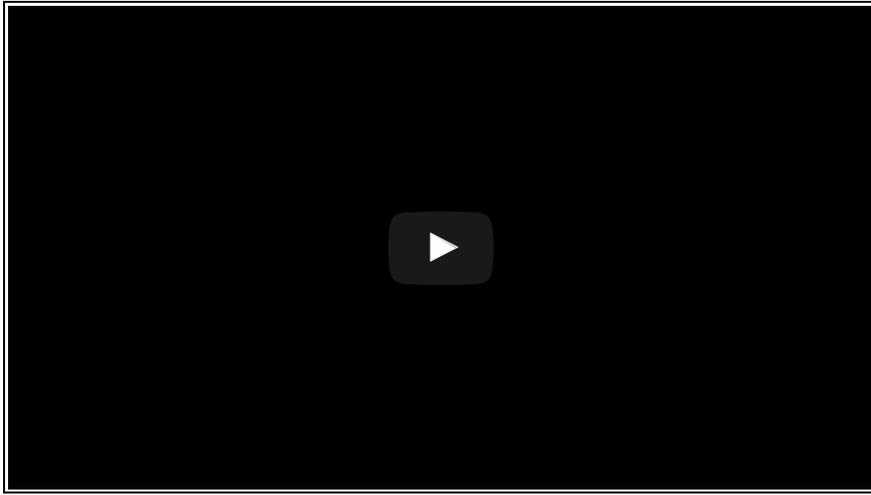
Las televisiones comunitarias han sido las que más han sufrido con la digitalización. Con la llegada de la TDT (Televisión Digital Terrestre) se complicó la emisión de televisión terrestre que pudiéramos sintonizar en nuestros receptores de televisión. Ese cambio ha hecho que en las nuevas asignaciones prácticamente hayan desaparecido los proyectos de televisión comunitaria. Existe un ejemplo que es casi la excepción que confirma esta situación. Nos estamos refiriendo al proyecto de **Tele K** que emite desde el Barrio Madrileño de **Vallecas** a toda la Comunidad de Madrid a través de la TDT.

Extraemos de su web:

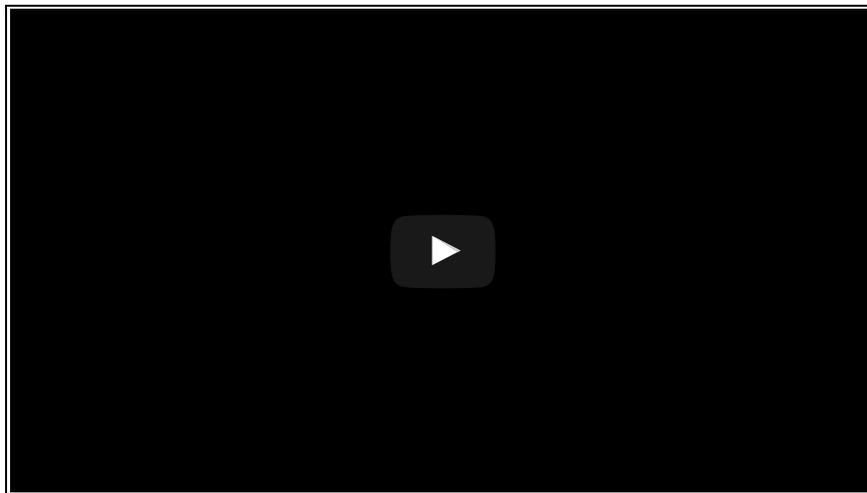
“Tele K se propone como objetivos: Promover una efectiva libertad de expresión y contribuir a un mayor pluralismo informativo dando voz a los movimientos sociales y a las minorías excluidas de los medios de comunicación convencionales; facilitar el acceso y la participación de la ciudadanía a los medios; incorporar al manejo de las nuevas tecnologías de la información a las personas con menores recursos; fomentamos los valores de la igualdad efectiva, la democracia real y la solidaridad entre los pueblos y entre los individuos.”

Otras propuestas de televisión ciudadana se han desplegado a través de Internet, ese es el caso de **RecordarTV** una televisión que se desarrolló, también en Madrid, por el equipo de **ZEMOS98** y **TRANSIT** que trabajó la idea de una televisión participativa elaborada por personas mayores. A continuación puedes ver un vídeo con algunas de las piezas audiovisuales realizadas y en su blog (<http://blogs.zemos98.org/recordartv/>)

puedes encontrar todos sus vídeos:



RecordarTV en **MegaMix**, ZEMOS98 en **YouTube**



Cómo ser youtuber, Alecb90 en [YouTube](#)

El término **Youtubers** es una expresión que ha cambiado de significado en un período muy corto de tiempo. En el 2009 la empresa Youtube publicó un estudio sobre sus usuarios españoles, titulado "¿Quiénes son los Youtubers?", por el cual se empezó a usar este término para sus usuarios que visitaban la web más famosa de vídeos.

Sin embargo, con el afianzamiento de la plataforma de vídeos Youtube, el término fue mutando para referirse ya no a los usuarios pasivos (los que solo ven los vídeos), sino a los activos también. Es decir, empezó a usarse para **identificar a los usuarios que producían, subían y publicaban sus propios vídeos.**

Con el devenir del tiempo, este término se ha ido empleando para quienes no solamente producen y suben sus vídeos, sino además para aquellos que logran una difusión importante de estos, es decir altas visualizaciones a sus vídeos y/o grandes números en los suscriptores de su canal, por lo cual el término Youtubers se le aplica a los mayores "influenciadores" de esta red social.

La última mutación del término, es aplicarlo para aquellos que además de cumplir con las anteriores características logran obtener ingresos por esta vía o personas que hacen vídeos para lograr vivir de ello, es decir, a la producción y divulgación de vídeos como medio de vía profesional utilizando principalmente la plataforma de Youtube.

En el vídeo de más arriba, **Ale90cb**, una youtuber especializada en moda y estilos de vida da unos consejos bastante valiosos para entender que un "generador de contenidos" como es el "youtuber" también puede ser considerado un medio de comunicación ciudadano. Quizás más centrado en el individualismo de una persona delante de su cámara pero también muy volcado en la idea de una conversación en una plataforma global.

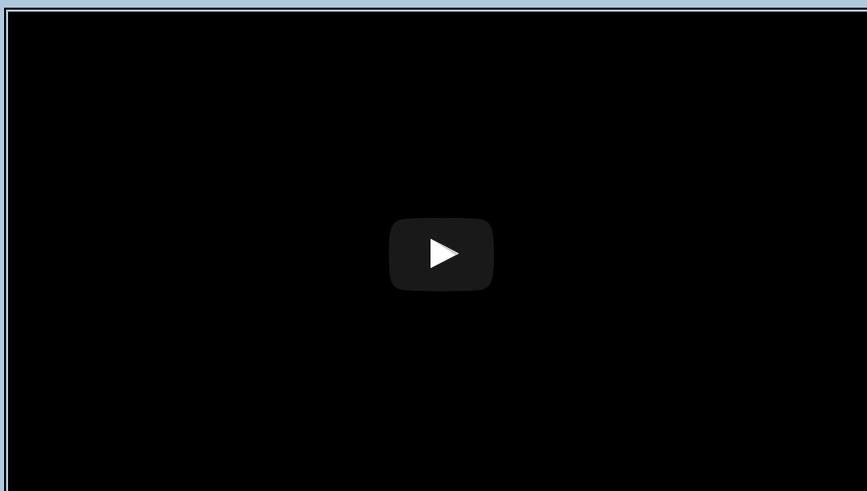
Curiosidad

Los 30 Youtubers más famosos de España

¿Tienes curiosidad por saber quienes son los Youtubers más famosos de España? Con una legión de seguidores, sus vídeos (normalmente de partidas o tutoriales sobre videojuegos) suman **millones de visitas en Youtube.** Son los youtubers más seguidos de España. Jóvenes que, como el caso de **EIRubiusOMG**, despiertan verdaderas pasiones entre los más jóvenes, y que en algunos casos incluso viven sobradamente de los vídeos que cuelgan en la plataforma cada semana. Suelen emplear un lenguaje de la calle, no siempre políticamente correcto. En [este artículo](#) podrás conocer a un buen número de ellos.

Muchos de ellos cuentan historias o anécdotas de su vida de forma divertida, como el caso de Juan Miguel Flores Martín, uno de nuestros youtubers más veteranos. Aterrizó en la plataforma el año 2006, bajo el nombre de **JPelirrojo** (Twitter: [@JPelirrojo](#) / Instagram: [@jpelirrojo](#))

JP suele subir lo que se conoce como **vlogs**, en los que comenta noticias que se han dado recientemente o recomienda libros, discos, etc. Incluso hace sus incursiones en el mundo de la música y el videoclip, como este divertido "*Draw (and sing) my life*".



"Draw (and sing) my life" de JPelirrojo en [Youtube](#)

Comprueba lo aprendido

Después de ver el vídeo de Ale90cb con detalle te recomendamos que hagas este cuestionario como forma de repasar algunos de sus consejos más importantes.

1.- Para ser Youtuber lo mejor es que elijas un tema que sea muy conocido aunque no sea el tema que más te guste.

Verdadero Falso

Falso

Ale90cb nos recuerda que "Tiene que ser de un tema que te guste. Piensa que tendrás que grabar muchos videos al respecto y tendrás que dedicarle mucho tiempo al canal, así que asegúrate de que te gusta."

2.- Para empezar a ser Youtuber lo mejor es hacerlo con una cámara y un equipo doméstico, puede ser una cámara de fotos o una webcam.

Verdadero Falso

Verdadero

No tiene sentido invertir en un equipo audiovisual concreto sin saber a qué te vas a dedicar. A día de hoy con un buen teléfono smartphone se pueden hacer grandes vídeos.

3.- Para difundir mis vídeos no necesito hacer nada, estando ya en YOUTUBE todo el mundo va a poder ver mis vídeos y me llegarán muchas visitas.

Verdadero Falso

Falso

Es importante que hagas una buena difusión entre amigos y conocidos y sobre todo a través de las redes sociales, foros, blogs. Hay que saber encontrar dónde están las personas que puede interesarle nuestro contenido.

4.- Es mejor subir vídeos con una regularidad marcada, por ejemplo todos los días 15 de cada mes o todos los lunes. Es una buena forma de generar una continuidad a mi canal.

Verdadero Falso

Verdadero

Aunque no hay normas en cuanto a cuántos números de vídeo o cuándo es mejor subirlo está comprobado que si tienes una pauta tu audiencia te lo agradecerá. Así la gente podrá seguirte con más asiduidad.

5.- Cuando reciba críticas y la gente me llame friki yo voy a pasar de ellos, no hay que meterse en polémicas con personas que no están valorando el esfuerzo que hago.

Verdadero Falso

Verdadero

Es importante saber identificar cuándo es una crítica constructiva y cuándo es simplemente un mal comentario. Recuerda que en Youtube puede haber usuarios anónimos que disfrutan haciendo dislike o haciendo el trol. Antes las críticas de gente que no saben qué es un Youtube hay que responder con serenidad, paciencia y confianza en lo que haces. No eres una persona rara, eres una persona generadora de contenidos.

Aviso legal

El presente texto (en adelante, el "**Aviso Legal**") regula el acceso y el uso de los contenidos desde los que se enlaza. La utilización de estos contenidos atribuye la condición de usuario del mismo (en adelante, el "**Usuario**") e implica la aceptación plena y sin reservas de todas y cada una de las disposiciones incluidas en este Aviso Legal publicado en el momento de acceso al sitio web. Tal y como se explica más adelante, la autoría de estos materiales corresponde a un trabajo de la **Comunidad Autónoma Andaluza, Consejería de Educación (en adelante Consejería de Educación)**.

Con el fin de mejorar las prestaciones de los contenidos ofrecidos, la Consejería de Educación se reservan el derecho, en cualquier momento, de forma unilateral y sin previa notificación al usuario, a modificar, ampliar o suspender temporalmente la presentación, configuración, especificaciones técnicas y servicios del sitio web que da soporte a los contenidos educativos objeto del presente Aviso Legal. En consecuencia, se recomienda al Usuario que lea atentamente el presente Aviso Legal en el momento que acceda al referido sitio web, ya que dicho Aviso puede ser modificado en cualquier momento, de conformidad con lo expuesto anteriormente.

1. Régimen de Propiedad Intelectual e Industrial sobre los contenidos del sitio web

1.1. Imagen corporativa

Todas las marcas, logotipos o signos distintivos de cualquier clase, relacionados con la imagen corporativa de la Consejería de Educación que ofrece el contenido, son propiedad de la misma y se distribuyen de forma particular según las especificaciones propias establecidas por la normativa existente al efecto.

1.2. Contenidos de producción propia

En esta obra colectiva (adecuada a lo establecido en el artículo 8 de la Ley de Propiedad Intelectual) los contenidos, tanto textuales como multimedia, la estructura y diseño de los mismos son de autoría propia de la Consejería de Educación que promueve la producción de los mismos.

