

Los Colectivos De Comunicación Ciudadana: una apuesta local de Participación comunitaria para el cambio social. Estudio de casos múltiples

Orley Reinaldo Durán Gutiérrez
Julio 2012

Resumen

La presente investigación analiza cómo los diferentes procesos de organización, gestión y planeación que desarrollan los colectivos de comunicación de las emisoras comunitarias del Magdalena Medio en Colombia, hacen posible la sostenibilidad de estas experiencias de participación comunitaria en la producción de acciones comunicativas radiofónicas y su incidencia en la consolidación de proyectos de comunicación para el cambio social. Desde el diseño etnográfico planteado a partir del estudio de casos múltiples se busca propiciar el surgimiento de nuevos referentes conceptuales que contribuyan al debate sobre la participación de la comunidad en procesos de producción radiofónica y la función social que cumplen los medios comunitarios como gestores de procesos de comunicación para el cambio social.

La presente investigación tiene como punto de partida el análisis de los diferentes procesos de organización, gestión y planeación que desarrollan los colectivos de comunicación de las emisoras comunitarias del Magdalena Medio. Los colectivos de comunicación funcionan como una estrategia para incrementar la participación de la comunidad en procesos de producción radiofónica, con lo que las emisoras buscan potenciar su función social como medios comunitarios gestores de procesos de comunicación para el cambio social.

En el Magdalena Medio, los colectivos de comunicación, generan acciones de comunicación radiofónica mediante la realización de programas radiales; para ello, establecen unas rutinas propias de trabajo en grupo que con el paso del tiempo permiten la generación de una identidad propia y la configuración de un proyecto comunicativo que orienta sus acciones de comunicación comunitaria. En la práctica, las emisoras del Magdalena Medio, han optado por crear y fortalecer colectivos de comunicación como una forma de hacer partícipe a la comunidad en el diseño y producción de acciones radiofónicas y así fortalecer su dimensión social como medios comunitarios.



Un primer elemento tenido en cuenta para la comprensión de los colectivos radiofónicos como prácticas de comunicación, fue formular la siguiente pregunta orientadora: ¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria? Esta gran pregunta se operacionalizó en los siguientes cinco criterios¹ que han de enmarcar el siguiente análisis de las emisoras comunitarias y sus colectivos radiofónicos: a) una emisora comunitaria es aquella que expresa las voces de la comunidad; b) una emisora comunitaria es aquella que diseña y produce una programación que responda a los intereses, problemas, y expectativas de los ciudadanos; c) una emisora comunitaria es aquella que diseña un proyecto comunicativo que reconozca el contexto local, la diversidad cultural, las músicas locales, los sonidos y voces propias de la geografía humana local; d) una emisora comunitaria es aquella que promueve la convivencia, el diálogo de ideas de manera ética y equitativa; es aquella que pone a conversar a los actores desde sus diferencias; e) una emisora comunitaria es aquella que acompaña a los distintos sectores sociales de la comunidad en la generación de sus propias formas organizativas para acceder a la producción de contenidos y estéticas propias de la radio, sin intermediarios, buscando siempre que la comunidad sea la protagonista de la acción comunicativa.

Este último principio relacionado con la participación y acceso de la comunidad a los procesos de gestión, administración, producción y programación de las radios comunitarias y en general de los medios ciudadanos, resulta ser uno de los más importantes en la búsqueda de respuestas al interrogante planteado, ya que se puede concluir que la participación de los distintos sectores de la comunidad en la producción radiofónica hace que el

¹ Los criterios orientadores identificados, son fruto de un análisis empírico realizado por el autor de la presente investigación, a partir de su vínculo como radialista durante más de diez años con la Asociación Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio – Aredmag y como director durante cinco (5) años de la Emisora Comunitaria San Vicente Estéreo del municipio de San Vicente de Chucurí, Santander

medio sea reconocido por las personas de la comunidad como parte de su propia vida, una extensión de sus propias necesidades de expresión, un patrimonio que todos cuidan y desean consolidar hacia el futuro. Es desde este escenario, donde la sostenibilidad del medio tiene como condición la legitimidad y reconocimiento de su proyecto comunicativo por parte de la comunidad.

En una ponencia denominada “Arte de Equilibristas: La Sostenibilidad de los Medios Comunitarios”, presentada por Alfonso Gumucio Dagron, en la Cuarta Conferencia Internacional de Comunicación Social y el Tercer Encuentro Our Media/Nuestros Medios, realizada en la Universidad del Norte en la ciudad de Barranquilla (2003), este autor planteó que la comunicación ciudadana, alternativa o comunitaria no puede existir sino es en función de la dinámica social en la que se desarrolla:

Es en la relación que establece con su audiencia y en el proceso de participación comunitaria, que se justifica la razón de ser de una experiencia de comunicación comunitaria. En última instancia, no importa cómo haya surgido la iniciativa, mientras exista un proceso de apropiación comunitaria que garantice su autonomía y la independencia de su proyecto político y comunicacional. (Gumucio Dagron, 2003)

Los colectivos de comunicación surgen desde el ámbito de la participación como una de las formas de organización social más utilizadas por distintos sectores sociales para ejercer un mayor control sobre los procesos de información y comunicación propios de sus contextos, fortalecer la capacidad para expresarse a sí mismos y propiciar su acceso a los medios de comunicación ciudadana para el cambio social. Los colectivos de comunicación son en esencia una propuesta de estructura social que utilizan distintos sectores de la ciudadanía local para formalizar su participación en la producción de medios de comunicación comunitarios donde sus miembros tienen como un único fin el apropiarse del proceso de comunicación.



El colectivo de comunicación entonces busca ejercer un derecho fundamental, de individuos y grupos sociales: el derecho a la información, a la expresión y a ser escuchado.

Sin embargo, pese a los aportes que realizan estos colectivos de comunicación a los procesos de fortalecimiento de la participación comunitaria en los medios comunitarios, son pocos los estudios de caso e investigaciones sistémicas realizadas en Colombia y América Latina que han logrado generar una reflexión acerca de la incidencia que tienen estos colectivos en la construcción de escenarios que favorezcan la democratización de los medios en el ejercicio de la participación comunitaria en la producción de sentido.

Los escasos estudios realizados a la fecha, (Rodríguez, 2001; Gumucio Dagron, 2001; Cadavid, 2008), han priorizado como objeto de sus investigaciones, la dimensión que enmarca a los colectivos; es decir, estas investigaciones se han centrado en la exploración del contexto social, político y cultural en el cual se hallan inmersos los colectivos. Estos estudios analizan los impactos y efectos que producen las acciones comunicativas de los colectivos en el desarrollo de la comunidad, las formas como los colectivos contribuyen a establecer lazos comunicantes que permitan hacer visibles las problemáticas locales, a construir agendas informativas sobre asuntos coyunturales como el conflicto armado, la educación, la construcción de lo público y la participación política, entre otros temas.

En este contexto, se hace necesario realizar nuevos estudios que permitan profundizar el papel de los colectivos de comunicación comunitarios desde su dimensión interior; es decir desde sus formas de organización y planificación, formas de trabajo, metodologías para la acción, construcción de sus proyectos comunicativos, prácticas locales de autorregulación de contenidos y la existencia de nuevas formas de participación ciudadana al

interior de los mismos.

Por lo anterior, la presente investigación plantea como propósito principal, comprender cómo las prácticas de gestión y organización interna de los colectivos de comunicación de la región del Magdalena Medio, inciden en la consolidación de proyectos de comunicación para el cambio social y hacen posible la sostenibilidad de estas experiencias.

Para responder esta pregunta, se ha realizado una investigación de carácter cualitativo, con un enfoque etnográfico, que permite analizar y comprender en su conjunto: 1) las prácticas de gestión y organización interna de los colectivos; 2) las diferentes estrategias de sostenibilidad que resultan de estas prácticas organizativas y 3) las características de la producción mediática de los colectivos como una forma particular de creación de sentido que hace parte de los procesos de comunicación para el cambio social

Con esta investigación se busca: 1) propiciar el surgimiento de nuevos referentes conceptuales que contribuyan a mejorar las prácticas de organización y gestión de los colectivos de comunicación, 2) consolidar la acción de los colectivos como agentes de cambio social y finalmente, 3) proporcionar un estado del arte de los colectivos de comunicación como agentes de cambio social.

La región del Magdalena Medio

La Región del Magdalena Medio es un territorio geográfico ubicado en el corazón de Colombia, compuesto por treinta municipios de cuatro departamentos (Antioquia, Bolívar, Cesar y Santander) que comparten ciertas características sociales, políticas y culturales por su proximidad al río Magdalena. Según el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio (PDPMM) se ha definido como Magdalena Medio al territorio ubicado entre el municipio de Puerto Nare en el departamento



de Antioquia y el municipio de la Gloria ubicado en el departamento del Cesar. Con una extensión de 30.177 Km², equivalente al 2.64 % del área total del país.

En lo que respecta a su conformación, el Magdalena Medio de hoy:

“tiene para sí una gran aceptación entre los pobladores, sin embargo, siendo una delimitación condicionada a intereses particulares, confronta la idiosincrasia de los municipios con fuertes afinidades culturales antioqueñas, costeñas y santandereanas, lo cual, sumado a los distintos actores nacionales e internacionales que centran su mirada en los municipios que la conforman, bien sea por su estratégica ubicación geográfica, la instalación de economías ilícitas como la establecida en torno a la gasolina y a la cocaína, o por la constante presencia de actores armados al margen de la ley que disputan el dominio del territorio, no podría definirse una referencia unívoca del concepto de región del Magdalena Medio”. (Quijano, 2005, p. 17)

La región, es un microcosmos de protagonistas y problemas que son la base del conflicto armado de vive Colombia: cultivos de coca, grupos paramilitares de extrema derecha, guerrillas y la presencia de fuerzas armadas del ejército y la policía que luchan por el control de la región, mientras la población civil se debate entre la pobreza y la supervivencia. De acuerdo a las cifras que maneja el Banco Mundial, y citadas en su Boletín Informativo número cinco “En Breve” (Boletín informativo No. 5. 2002) de julio dos de 2002, pese a que esta región tiene grandes riquezas naturales, minerales y productivas, su aprovechamiento y acceso a esos activos e ingresos es sumamente desigual, ya que más del 70% de la población, formada por 810.724 personas, vive por debajo del umbral de pobreza.

Al adelantar el diagnóstico para poner en marcha el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio² el Padre Francisco De Roux

² El Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio es un proceso en marcha desde el año de 1.998, para enfrentar la exclusión mediante la construcción colectiva de lo público y los derechos humanos integrales; y un proceso

(1999) pone en evidencia la gran contradicción interna de la región:

El 70% de los pobladores vive en situación de pobreza, en un territorio donde se generan 2.800 millones de dólares de valor agregado anual, con los cuales se podrían dotar a todos los hogares de la calidad de vida de un país desarrollado; aunado a la presencia continuada de una guerra cruel que dobla los índices de muertes violentas de Colombia y cuesta a la región más de 15 millones de dólares al mes. (De Roux, 1990, p. 20)

Los hilos que tejen la Red. La Experiencia de la Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio

En este contexto se desarrolla la experiencia de la Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio - AREDMAG, como una iniciativa de comunicación ciudadana que responde al interés de grupos comunitarios histórica y tradicionalmente excluidos. El objetivo de esta red es consolidar procesos organizativos de las comunidades, con el fin de transformar su posición y condición en una sociedad que los ha puesto en circunstancias de marginalidad, además de la paradoja de ser comunidades que viven en un territorio de abundantes riquezas pero en condiciones de extrema pobreza material.

Desde su condición de medios ciudadanos, las emisoras comunitarias del Magdalena Medio se encuentran inmersas en una realidad compleja, producto de los efectos de la guerra, de la economía de los cultivos ilícitos y de la cultura de autoritarismo social y político en la región. Es en este contexto donde han crecido emisoras comunitarias desde 1995, como escenarios de expresión local y regional a partir de acciones afirmativas y de cohesión grupal que les ha facilitado la construcción de procesos que parten de visibilizar la actual situación de derechos humanos y de construir

para superar las causas de la pobreza injusta mediante la ocupación productiva del territorio por los propios pobladores organizados en armonía con la naturaleza. La CDPMM es un consorcio formado por la Diócesis de Barrancabermeja y el CINEP.



colectivamente apuestas de desarrollo para el logro de una vida digna en el territorio del Magdalena Medio.

Actualmente la red AREDMAG está conformada por diecinueve organizaciones sociales que tienen a su vez la responsabilidad de administrar el mismo número de emisoras comunitarias presentes en cuatro departamentos de Colombia (Cesar, Santander, Antioquia y Bolívar), que representan la diversidad cultural de una región de valles y montañas, de rivera y cordillera, de músicas de acordeón y de tiple. Adicional al trabajo con las emisoras comunitarias, AREDMAG, apoya a catorce colectivos de comunicación, algunos de los cuales se encuentran incorporados a las dinámicas internas de trabajo de las emisoras mientras otros corresponden a iniciativas externas de diversos sectores de la comunidad; así mismo, AREDMAG hace acompañamiento a seis radios escolares de diferentes instituciones educativas de la región.

Presencia de los colectivos en la Región del Magdalena Medio

Actualmente en la región del Magdalena Medio existen veintidós emisoras comunitarias legalmente constituidas de las cuales diecinueve hacen parte de AREDMAG. Desde el 2001, estas radios han propiciado la creación y fortalecimiento de veintidós colectivos de comunicación y siete radios escolares que trabajan en áreas como: salud sexual y reproductiva (Estos colectivos en su creación y formación han contado con el acompañamiento conceptual y técnico del Proyecto de Salud Sexual y Reproductiva del PDPMM y la Consejería Presidencial de Programas Especiales), derechos de la infancia y la adolescencia, programas de opinión en el marco del proyecto “Radios Ciudadanas” (Este proyecto es una iniciativa del Ministerio de Cultura y las redes de emisoras comunitarias presentes en el país, con apoyo de la agencia de Estados Unidos USAID, el cual pretende

crear y fortalecer las franjas de opinión en las emisoras), y equidad de género, entre otros temas.

Los colectivos de comunicación objeto de la presente investigación

Colectivo de comunicación Conexión Cantarranas

Este colectivo fue creado en el año 2009, por un grupo de jóvenes oriundos del municipio de San Vicente de Chucurí del departamento de Santander, a raíz de una convocatoria abierta que hizo la emisora comunitaria San Vicente Estéreo a distintas organizaciones sociales del municipio para que participaran en la programación comunitaria de este medio radial. Actualmente, el grupo de trabajo de este colectivo, está integrado por nueve jóvenes estudiantes y profesionales de distintas áreas de las ciencias sociales y humanas con un interés especial por la producción radiofónica. La mayoría de participantes de este colectivo son personas que han emigrado de San Vicente de Chucurí hacia Bogotá por distintas razones (estudios superiores, nuevas oportunidades laborales); los demás integrantes son también migrantes de otras regiones del país que se asentaron en la ciudad de Bogotá y en otras ciudades del mundo. El colectivo de comunicación conecta a todos sus integrantes de manera presencial (entre quienes viven en Bogotá) y a través de la internet entre quienes hacen parte del grupo pero que viven en otras ciudades; para ello utilizan todas las herramientas que ofrece este sistema de comunicación (redes sociales, Skype, Messenger).

El principal producto comunicativo que realiza el colectivo se denomina “El Puente de las Brujas”, un magazín radial pregrabado con una hora de duración que se emite todos los sábados de 2:00 pm a 3:00pm por la emisora comunitaria San Vicente Estéreo y tiene como propósito crear un espacio de interacción para personas jóvenes oriundas de San Vicente de



Chucurí que hayan emigrado y estén interesadas en acercarse a su municipio desde los temas que se aborden. Además de la radio, el colectivo también ha incursionado en la internet con el montaje de una página web que se denomina (www.elpuente.tk) a través de la cual presentan los audios de cada sección del programa radial y elaboran notas informativas y de opinión sobre temas de trascendencia local, nacional e internacional.

Colectivo de comunicación Pescado Sombrero y Tambó

El colectivo de comunicación Pescado Sombrero y Tambó, del municipio de Simití, sur de Bolívar, es una iniciativa de comunicación e infancia que nace en el año 2000 y está integrada por niñas y niños del Colegio Eutimio Gutiérrez y liderada por la docente Sofía Torrenegra Romero; su principal actividad comunicativa es la radio y desde este escenario se ha constituido en la única experiencia de comunicación radial infantil con espacio propio en la programación de la emisora comunitaria Simití Original Estéreo de este mismo municipio. El colectivo cuenta en su haber con más de trescientas producciones radiofónicas en sus dos espacios radiales de treinta minutos cada uno y denominados “Alharaca” programa dirigido a un público infantil entre los tres y siete años de edad y “Las Niñas y los Niños Tiene la Palabra” dirigido a niñas y niños entre los siete y trece años de edad.

El énfasis temático de sus producciones radiales es la promoción y difusión de los derechos de la infancia a partir de las diversas situaciones de vulneración de derechos que viven las niñas y los niños en el municipio como el abuso sexual y la violencia intrafamiliar entre otros temas relacionados con salud sexual y reproductiva y derechos humanos sexuales y reproductivos. Además de su experiencia en la producción radial infantil, el colectivo Pescado Sombrero y Tambó, ha logrado ganarse un puesto en los

diferentes escenarios de planeación participativa que promueven los derechos de las niñas y los niños en el municipio como la Red Social de Apoyo que trabaja por la promoción de los derechos sexuales y reproductivos y el Consejo de Política Social que lidera todas las iniciativas sociales a favor de la infancia y la juventud.

La comunicación y organización interna en los colectivos de comunicación

En este escenario de trabajo, es indispensable reconocer los procesos de comunicación y organización interna de los colectivos de comunicación como una posibilidad de acercamiento a la identificación de las diversas estrategias de gestión y sostenibilidad que hacen posible la permanencia de estas experiencias en el tiempo como iniciativas de comunicación para el cambio social.

Una de las iniciativas de comunicación comunitaria que más ha indagado y profundizado en el tema de la comunicación en las organizaciones desde el campo de la gestión en equipos de trabajo en radios comunitarias es AMARC – Asociación Mundial de Radios Comunitarias. Una de las publicaciones de esta organización que trata con mayor énfasis el tema de la gestión de equipos de trabajo, es el libro “Gestión de la Radio Comunitaria” de Ernesto Lamas y Claudia Villamayor (1998) y es el resultado de un proceso de sistematización de los conceptos y herramientas que orientaron y dieron a forma a la gestión de radios comunitarias de América Latina. Este texto propone trabajar desde una perspectiva de diagnóstico participativo, planificación y diseño de la gestión. Así mismo, el texto brinda herramientas para desarrollar estos procesos en el interior de radios comunitarias:

Pensar y realizar la gestión es un desafío de cada momento. Porque cambian (y cambian permanentemente) las coordenadas de las realidades en las que nos movemos, al mismo tiempo, nosotros (como instituciones y como



personas) somos partícipes de las transformaciones del escenario dentro del cual actuamos. (Villamayor y Lamas, 1998)

Otra de las iniciativas de comunicación que ha venido trabajando en la producción de materiales para el fortalecimiento de equipos de trabajo al interior de organizaciones sociales dedicadas a la producción de medios comunitarios y alternativos es la Emisora “Radio Revés” de la Escuela de Ciencias de la Información/ Universidad Nacional de Córdoba, Argentina (2007). A partir de la idea de que las radios “no existen sino en los cuerpos que las sostienen y las ponen en marcha”, este equipo de radio elaboró una cartilla denominada “Aprender Haciendo” (2007) de autores varios, en la cual se recorren temas como las características del trabajo colectivo, la participación y la toma de decisiones, los roles y tareas, y los estilos de coordinación, enfatizando siempre una perspectiva que promueve los procesos de democratización hacia el interior de las organizaciones.

En este texto, los autores analizan cómo el trabajo colectivo se convierte en un espacio de participación y formación ciudadana asumiendo así características de una pequeña organización popular:

Cada equipo de producción es un grupo que asume las características de una pequeña organización popular brindando contención, formación y permitiendo la acción política de sus miembros. Si un equipo de producción y trabajo favorece la formación de conocimientos y puntos de vista, la participación en esos equipos se traduce en la formación de militantes e intelectuales orgánicos a los procesos populares. (Autores varios 2007, p. 7).

El sentido de la participación en un grupo

En el libro “Hacia una gestión participativa y eficaz”, los autores David Burin, Istvan Karl y Luis Evin (1996), plantean que participar de y en una organización es mucho más que asociarse o

concurrir, es sentir a la misma como algo propio, es implicarse, es decir es la inclusión personal y psicológica del individuo en los procesos y dinámicas que constituyen a la organización (lo que vulgarmente se conoce como “ponerse la camiseta”). Pertenecer a una organización no es sólo estar en la organización, sino sentirse dentro de la organización. Entonces, para que las acciones sean productivas es condición necesaria la implicación personal de quienes pertenecen a la organización. Esto es posible mediante dos condiciones: el reconocimiento de los intereses individuales y del derecho a la autonomía personal.

De acuerdo a lo anterior, la participación en los grupos, puede considerarse como un proceso de empoderamiento que busca mejorar las condiciones actuales de la organización y dotar a sus integrantes de un mayor grado de control e influencia sobre los recursos y los procesos propios de la organización.

Para Hernán Valencia (2001), el sentido de la participación en los grupos plantea una serie de retos que en su conjunto deben armonizar la calidad de vida con equidad social:

La participación debe ser un proceso político que genere libertades individuales y colectivas, recree la cultura, alimentándola de valores trascendentales, destruya la ignorancia, (...), multiplique los espacios de sinergia social en los que crezcan sociedades inteligentes, auténticas y futuristas, políticamente democráticas y participativas. (Valencia, 2001).

Por su parte Maritza Montero (2004) en su definición de participación le da una importancia clave para la autogestión en solución de problemas y satisfacción de necesidades. La define como:

Un proceso organizado, colectivo, libre, incluyente, en el cual hay una variedad de actores, de actividades y de grados de compromiso, está orientado por valores y objetivos compartidos, en cuya consecución se producen transformaciones comunitarias e individuales. (Montero, 2004, p. 229).



De acuerdo a los acercamientos conceptuales sobre participación en los grupos expresados anteriormente, la presente propuesta de investigación busca también comprender mejor los procesos organizativos de los colectivos de comunicación, tomando para ello la participación como un elemento de análisis ya que ésta determina el nivel de empoderamiento y sentido de pertenencia que tienen sus integrantes hacia la experiencia.

La sostenibilidad del proyecto comunicativo de los colectivos

El mayor reto que afrontan las organizaciones sociales que se incorporan a los procesos de comunicación ciudadana es hacer sostenibles sus proyectos de comunicación; esto implica grandes esfuerzos de recursos humanos, económicos y de tiempo. La sostenibilidad debe mirarse como el conjunto de acciones y estrategias que buscan ante todo garantizar la continuidad del proyecto comunicativo y esta viabilidad necesariamente debe comprender el cruce entre la sostenibilidad política, social, cultural y económica. En palabras de Jeanine El Gazi:

En la medida en que el medio se vuelva un espacio dinámico que contribuya a la construcción ciudadana de lo público, y estimule la participación y presencia de la comunidad en estos escenarios, convocará y comprometerá a sectores de la localidad, en su proyecto comunicativo. (El Gazi, 2001, p.12).

Sólo en la medida en que los colectivos de comunicación logren legitimar sus acciones en la comunidad, ésta los va a respaldar, va a poder hacerse viable y se podrá garantizar la continuidad de su proyecto comunicativo.

En una ponencia presentada en el Coloquio Internacional sobre Educación Radiofónica y Medios Comunitarios en República Dominicana (2006), Claudia Villamayor, coordinadora del programa de gestión de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias

AMARC – ALC, presentó lo que esta entidad define como las cuatro dimensiones sustanciales para lograr la sostenibilidad integral en una emisora comunitaria o en otras experiencias de comunicación comunitaria y ciudadana: “una política, otra comunicacional, otra organizativa y otra económica, pero de todas ellas la que regula a todas las demás es la política y comunicacional.” (Villamayor, 2006).

Finalmente cabe resaltar que no existe un método o técnica que defina con exactitud el camino o el andar que debe tener un medio de comunicación comunitario para lograr su sostenibilidad pues como lo indica Alfonso Gumucio Dagron (2001), especialista en comunicación para el cambio social y autor de varios libros sobre comunicación, la sostenibilidad en los medios comunitarios es un "arte de equilibristas" que debe mirarse de acuerdo al contexto social, cultural y económico de la experiencia:

No existe una fórmula mágica para garantizar la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. Su sobrevivencia y desarrollo depende del equilibrio entre los factores de sostenibilidad social, institucional y económica. Los procesos participativos que comprometen a las comunidades y contribuyen a fortalecer la organización local, tienen mejores perspectivas de sostenibilidad que aquellos proyectos institucionales que dosifican el acceso y la participación. (Gumucio Dagron, 2001).

La producción y difusión de acciones de comunicación desde los colectivos de comunicación

La razón de ser de los colectivos de comunicación es la producción de medios. No es posible pensar en la sostenibilidad de un colectivo sino produce o difunde lo que hace, sin este escenario de acción no se hacen públicas sus apuestas y reivindicaciones; no tendría vida su esencia como agentes generadores de cambio en la comunidad.



Desde esta realidad es necesario pensar en el tipo de comunicación que el colectivo intenta construir; pensar, como dice Buckingham (2005), en una comunicación dialógica y dinámica que busque conversar entre los diversos grupos sociales sobre asuntos de interés común con base en las experiencias que cada quien trae consigo; en palabras de Lazo y Gabelas en un artículo sobre medios de comunicación y participación ciudadana son muy relevantes en este punto:

El proceso comunicativo va hacia delante y hacia atrás, conjuntando los aprendizajes; acción y reflexión forman una goma elástica que se estira y encoge desde y con la participación de todos. Los jóvenes, como consumidores críticos, activos y autónomos construyen su propio itinerario de búsqueda y exploración deslizando por el análisis de los mensajes mediáticos y creando sus propias producciones. (Lazo y Gabelas, 2003, p. 13)

En este contexto, el presente proyecto pretende hacer una caracterización de las producciones radiofónicas que realiza cada colectivo en la cual se indague por los siguientes elementos: a) procesos de concertación para la generación de los contenidos; b) la relación con las audiencias y estrategias para cautivar nuevos públicos; c) los nombre de los programas radiales como referentes de la cultura y el patrimonio local; y d) principales aportes de los programas radiales al ejercicio de la comunicación para el cambio social.

Hallazgos y conclusiones

A continuación se presentan los principales hallazgos y conclusiones del trabajo de investigación realizado sobre los colectivos de comunicación Conexión Cantarranas y Pescado Sombrero y Tambó, en el marco del propósito general establecido en el presente proyecto y relacionado con la comprensión del cómo las prácticas de gestión y organización interna de los colectivos de comunicación inciden en la consolidación de proyectos de comunicación para el cambio social y hacen

posible la sostenibilidad de estas experiencias. Para llevar a cabo lo anterior, se definieron tres categorías de análisis a partir de los objetivos específicos que guían esta investigación: A) Prácticas de gestión y organización interna; B) La sostenibilidad de los colectivos de comunicación y C) La producción radiofónica, un acercamiento a sus estéticas y contenidos.

• Desde las Prácticas De Gestión Y Organización Interna:

Los diferentes enfoques de participación asumidos por los colectivos permiten construir al interior de estas experiencias una serie de bases que apuntan a consolidar sus ejercicios de organización interna, su capacidad para generar opinión y debate en torno las lecturas críticas de la realidad y la capacidad de estos individuos para asumirse como sujetos sociales de derecho que expresan sus puntos de vista frente al entorno que les rodea.

En este sentido, los colectivos asumen la participación como un ejercicio de libertad, autonomía y liderazgo que contribuye a la sostenibilidad de sus experiencias de producción y de continuidad como grupo y a la posibilidad de integrarse a las dinámicas municipales de planeación participativa que tienen que ver con el mejoramiento de las condiciones de vida de la infancia y la juventud.

La participación como ejercicio individual y colectivo implica asumir derechos y deberes que al interior de los colectivos son concebidos como una oportunidad para que sus integrantes propongan nuevos contenidos y formatos y reinventen nuevas formas de hacer. Todo este saber que se va acumulando sobre cómo hacer radio cualifica los ejercicios de producción (el derecho) a la vez que la producción de los programas se asume como un compromiso y una responsabilidad, condiciones necesarias para garantizar la continuidad del programa (el deber).



La claridad y consistencia de los esquemas organizativos de los colectivos en la implementación de sus procesos de producción (más abiertos, flexibles y horizontales en el colectivo Conexión Cantarranas y más cerrados, rígidos y verticales en el colectivo Pescado Sombrero y Tambó) permiten garantizar el cumplimiento de los propósitos previstos en sus proyectos comunicativos. Todas las decisiones concernientes a las reglas de trabajo, las normas de convivencia presencial y virtual, los canales de comunicación que los dos colectivos utilizan para hacer efectivos los encuentros entre sus integrantes, se hacen de manera concertada desde las posibilidades que tiene cada miembro para participar.

En su interior, los colectivos actúan a partir de redes de comunicación que se tejen a través de nodos (cada integrante es nodo). Este esquema de trabajo promueve el trabajo individual y grupal y garantiza la producción continua de cada programa radial. En las fases del proceso de pre-pro y postproducción cada integrante responde por el total de las tareas requeridas para la producción final de cada sección de los programas radiales; al final los coordinadores construyen la unidad de contenido y los editores arman el esquema sonoro que da unidad estética a cada programa.

La existencia de comités editoriales como estrategia de trabajo en equipo de los colectivos, aunque no explícitos en sus esquemas organizativos pero implementados en sus prácticas, facilita la integración del grupo y promueve la opinión y el debate en los procesos de definición de los temas y enfoques en cada programa.

La sostenibilidad y continuidad en el tiempo de estos grupos se fortalece cuando sus integrantes se empoderan del ejercicio comunicativo (producción de acciones comunicativas) y adquieren la convicción de participar en la realización de piezas comunicativas que aportan a lograr la expresión de su sector, ya sea la expresión de temas de interés para la

juventud o la niñez.

En este sentido, existen dos enfoques de trabajo muy distintos que delimitan el proyecto comunicativo de cada colectivo pero que en el fondo plantean los mismos objetivos. Mientras que el colectivo Pescado Sombrero y Tambó define su trabajo como una oportunidad para socializar y reivindicar los derechos de la infancia desde un enfoque discursivo, el colectivo Conexión Cantarranas plantea su trabajo en el marco de un periodismo comunitario con énfasis en culturas juveniles a partir de temas de relevancia local, nacional y mundial que conectan al migrante con su lugar de origen, y el uso de la sátira como una forma de narrar de manera crítica y mordaz.

El uso de las nuevas plataformas multi-mediales para la gestión de los procesos organizativos en los colectivos responden a:

1. Requerimientos internos de comunicación y organización (flujos de información y establecimiento de vínculos virtuales de trabajo en red entre sus miembros).
2. Definición de nuevos canales de comunicación con sus audiencias (e mail, chat, Skipe).
3. Exploración de nuevos medios de información más allá del medio radial para proyectar su accionar comunicativo. (Uso de blogs y textos escritos).
4. Necesidad de publicitar sus producciones comunicativas (correos de alerta para los públicos cautivos cada vez que sale una nueva producción).

Los colectivos se asumen más como experiencias de producción radial comunitaria externas a las emisoras, y no como parte del engranaje de un proceso de fortalecimiento de la participación comunitaria liderado por las emisoras comunitarias en cumplimiento de su función social como medios para la participación ciudadana.

Aunque los colectivos de comunicación aquí



estudiados asumen el tema de los recursos económicos como un factor no fundamental para su sostenibilidad, si consideran que los recursos son necesarios para mejorar los procesos técnicos y de producción de las acciones comunicativas que realizan.

La diversificación de estrategias de difusión de los productos comunicativos (página web, blog, periódico), el fortalecimiento de los procesos organizativos (constitución legal de los grupos y adquisición de un espacio propio) y la gestión integral de recursos humanos técnicos y económicos se constituye en algunas de las propuestas sugeridas por los colectivos para hacer sostenibles sus experiencias

- *La Sostenibilidad De Los Colectivos De Comunicación:*

Los principales elementos resultantes de las prácticas organizativas que posibilitan la sostenibilidad de los colectivos de comunicación son: a) cultivar un sentido de pertenencia, relacionado con elementos como la solidaridad, la apropiación y cuidado de los elementos de trabajo, la conexión con el sitio de origen; b) tener un objetivo compartido, c) crear un ambiente de confianza y apertura, d) diseñar e implementar estrategias de interacción con la comunidad, para conocer sus problemas, hacer viables y sostenibles sus proyectos comunicativos, e) abrir un espacio donde los/las participantes vayan acumulando aprendizajes diversos y f) cultivar fuertes niveles de compromiso.

Si bien los colectivos no tienen un interés explícito por medir sus audiencias, esto no significa que no reconozcan la necesidad de establecer diferentes vínculos comunicativos con sus públicos y con la comunidad donde residen, vínculos que permiten identificar los conflictos cotidianos de sus pares, sus formas de vida y establecer cercanías que les permiten a estos productores radiales consolidar su proyecto comunicativo.

Las principales estrategias de interacción de

los colectivos con sus públicos, audiencias y sectores de la comunidad son: a) Las audiencias participantes, es decir oyentes activos que se involucran en el ejercicio de producción radiofónica y que ofrecen a los colectivos la posibilidad de abordar en cada programa radial, temas pertinentes al contexto local y por otro lado alimentar con otras voces las producciones que se realizan y b) la participación que tienen estos colectivos en diversos espacios de planeación participativa que se gestan en sus municipios (caso específico del colectivo Pescado, Sombrero y Tambó) como por ejemplo el Consejo de Política Social y la Red Social de Apoyo, para establecer posibilidades de implementación de proyectos que desde la comunicación beneficien a la infancia del municipio y de paso generen recursos para apoyar las iniciativas de producción propias del colectivo.

La sostenibilidad de estos colectivos no depende necesariamente de los niveles de audiencia que tienen sus programas radiales sino de la capacidad que puedan adquirir para: a) legitimar sus apuestas comunicativas en la comunidad; b) participar como sujetos sociales en redes sociales que promueven su bienestar como jóvenes o niños; y c) abordar temas que estén estrechamente ligados a las vivencias y cotidianidad de sus públicos, identificados desde el proyecto comunicativo (niños y jóvenes).

Los aprendizajes de los integrantes de los colectivos favorecen: a) las relaciones de solidaridad entre los miembros del grupo; y b) la responsabilidad individual hacia las funciones que cada quien ejerce, Así mismo, la participación en el colectivo promueve en sus integrantes ejercicios de formación para el desempeño como persona y como ciudadano a partir de las diferentes competencias y/o habilidades para la vida que incorporan y las actividades que allí realizan. A partir del ejercicio investigativo se identificaron siete tipos de aprendizaje que surgen como oportunidades de cambio para los integrantes de los colectivos: La responsabilidad, la solidaridad, la tolerancia, la disciplina, el manejo de la técnica y la capacidad



de concreción y el debate como una opción de construcción del consenso y el disenso.

El trabajo que desarrollan los integrantes de los colectivos en el proceso de producción de las piezas comunicativas va más allá de las obligaciones propias de las funciones que se les asignan. Si bien cada integrante responde por unas funciones específicas, sus compromisos van más allá del deber que embarga el ejercicio de producción; son compromisos personales que surgen de la necesidad de narrar situaciones que se viven en el municipio; de la necesidad de expresar sueños por alcanzar o simplemente de la necesidad de aprovechar el tiempo de manera constructiva.

La sostenibilidad de estos grupos depende en gran medida de los deseos de sus integrantes por generar cambios en la comunidad. En otras palabras si bien hacer parte del grupo representa un “estar bien” como individuo e implica una mejora en la calidad de vida de cada miembro del grupo, la satisfacción de continuar en el grupo responde a un estar convencido de que las iniciativas de comunicación emprendidas finalmente van a impactar positivamente la calidad de vida de los públicos a quien se dirigen los programas.

- *Otras conclusiones referentes a la sostenibilidad de los colectivos:* Desde lo económico:

Después de un mantener una producción radial constante por más de diez años para el caso del colectivo Pescado, Sombrero y Tambó y más de un año y medio para el caso del colectivo Conexión Cantarranas, estas experiencias no han logrado mantener un equilibrio entre la sostenibilidad social, institucional y económica; ésta última siempre se mantiene débil ante los demás componentes de la sostenibilidad y limita en parte sus alcances. Durante este tiempo sólo el colectivo Sombrero Pescado y Tambó ha logrado gestionar y hacer efectivos algunos patrocinios y donaciones a su trabajo por

parte de entidades públicas y privadas locales y regionales quienes se han interesado en apoyar la producción de contenidos en promoción de derechos de la infancia, derechos humanos, sexuales y reproductivos y la salud sexual y reproductiva.

Los colectivos de comunicación, consideran viable su financiación a través de recursos externos provenientes de entidades locales, nacionales y globales, sin embargo plantean inquietudes con respecto a la posibilidad de que esta financiación limite su autonomía, afecte su proyecto comunicativo y genere cambios en sus estructuras organizativas. Estas inquietudes son determinantes a la hora de diseñar propuestas que puedan ser presentadas a entidades públicas y privadas interesadas en financiar este tipo de iniciativas de comunicación para el cambio social.

La posición asumida por los colectivos frente a las implicaciones que trae consigo la financiación externa, es lo que ha permitido en parte la permanencia de estas experiencias en el tiempo. Estos grupos han preferido seguir con las limitaciones económicas con tal de proteger la autonomía de su proyecto comunicativo. Han tenido mucha cautela a la hora de recibir apoyos externos que amenacen en última instancia su capacidad de mantenerse autónomos.

- *La Producción Radiofónica De Los Colectivos; Un Acercamiento A Sus Estéticas Y Contenidos*

Una de las mayores cualidades que desarrollan los colectivos en su ejercicio de producción radiofónica, es precisamente esa posibilidad de impregnar a cada producto comunicativo de un ingrediente emocional, estético y afectivo que influye directamente en la calidad de sus contenidos y formas de expresión estética. Desde su propia experiencia matizada por los propósitos que los mueve, estos dos colectivos privilegian el gusto y la pasión por la producción radial y priorizan valores como la libertad y



la autonomía para definir los contenidos y formatos de sus programas que giran en torno a compartir con otros pares, sus vivencias, inquietudes y formas de ver y concebir la vida. En el trabajo de producción que desarrollan los colectivos, se privilegia la libertad y autonomía para proponer y decidir contenidos y formatos a partir de las experiencias de cada uno de sus integrantes, matizada por los propósitos que los mueve y la relación que han construido con sus públicos. Es desde esa libertad y autonomía desde donde surgen las emociones, afectos y deseos que influyen finalmente en la calidad de sus propuestas de expresión sonora.

Los contenidos y propuestas estéticas de los colectivos surgen de un proceso de concertación entre sus integrantes y validado por los comités editoriales a partir de las ideas propuestas por cada integrante para su sección y colectivas para el tema central de cada programa. Los temas propuestos tiene asidero en: a) Las propias experiencias de los integrantes de los colectivos, es decir los recuerdos y las vivencias; b) hechos políticos, culturales y sociales de gran impacto mediático en el país y en el mundo, y que de alguna manera afectan a los jóvenes; c) temas sugeridos por sus públicos y/o audiencias como primera fuente para reconocer problemáticas locales d) fechas especiales.

Desde el ejercicio de la comunicación para el cambio social que desarrollan los colectivos de comunicación a través de sus producciones radiofónicas, se destacan los siguientes aportes:

- *Colectivo Conexión Cantarranas:*

a) El aporte a una cultura política de diálogo y debate, reivindicando el rol de los medios de comunicación como espacios de debate abierto, crítico y plural; b) la reivindicación de lo local en la esfera de lo global; es decir la capacidad de definir diversos enfoques temáticos que enlazan los hiper - local con lo hiper – global; c) el rigor periodístico en el manejo de la información y la opinión. El colectivo procura permanentemente generar ejercicios de

información, opinión y debate desde un manejo responsable, ético y honesto de la información; d) la exploración y experimentación con otras formas de narrar, de hacer periodismo ciudadano. El programa radial El Puente de las Brujas asume desde una perspectiva juvenil diversos formatos periodísticos (entrevistas, crónicas, documentales y reportajes) que integrados a través del magazín informativo y de opinión permite un estilo de narración irreverente y provocador (la sátira y el humor) de gran valor periodístico y de gran factura en la composición de su concepto sonoro.

- *Colectivo Pescado, Sombrero y Tambó:*

a): La promoción de los derechos de los niños y las niñas. Los programas radiales (Los niños Tienen la Palabra y Alharaca) sirven de plataforma para la expresión de los niños y las niñas como sujetos sociales que se involucran en la esfera de lo público con un enfoque central en los derechos de la infancia. b) el fomento de los derechos sexuales y reproductivos y la salud sexual y reproductiva con énfasis en la prevención del abuso sexual en menores, el derecho a recibir formación e información oportuna en SSR y prevención de cualquier forma de maltrato físico, síquico y social; c) el compromiso con la producción radial a través de la planificación de todas sus acciones. Se evidencia un ejercicio estructurado y planificado en los procesos de pre-pro y postproducción de cada pieza comunicativa que ha permitido la difusión de los programas radiales de manera ininterrumpida a lo largo de diez (10) años.

REFERENCIAS

Autores Varios. (2007). Hacer diciendo, cartilla de formación para la producción periodística en radios populares, ciudadanas y públicas. Radio Revés. Buenos Aires: Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba.

Buckingham, D. (2005). Educación en medios.



Barcelona: Paidós Comunicación 158.Internet.

Burin, D., Istvan, k., Levin, L. (1996). Hacia una gestión participativa y eficaz. Manual con técnicas de trabajo grupal para organizaciones sociales. Buenos Aires: Ediciones CICCUS

De Roux, F. (1.999). El Magdalena Medio en el Centro del Conflicto y la Esperanza, Revista Controversia No. 174. Bogotá: CINEP.

El' Gazi, J. (2001). "Radios Comunitarias en Colombia, Una experiencia de construcción cultural democrática". Ponencia presentada en marco del foro Las radios comunitarias en América Latina, reflexiones para un proyecto Venezolano. Caracas, Venezuela.

Gumucio, A. (2001). Haciendo Olas. Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social: The Rockefeller Foundation, New York, Estados Unidos de América.

Gumucio, A. (2003). Arte de Equilibristas: La sostenibilidad de los Medios de Comunicación Comunitarios. Ponencia escrita para la Cuarta Conferencia Internacional de Comunicación Social: Perspectivas de la Comunicación para el Cambio Social y el Tercer Encuentro Our Media/Nuestros Medios. Barranquilla: 19 al 21 de mayo de 2003. Universidad del Norte.

Lazo, C., Gabelas J. (2003). Medios de comunicación y participación ciudadana. Facultad de Comunicación de la Universidad San Jorge. Zaragoza.

Montero, M. (2004). Introducción a la Psicología Comunitaria. Desarrollo, conceptos y procesos. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Quijano, M. (2005). Comunicación para el desarrollo: El aporte de la comunicación en la consolidación de procesos regionales de desarrollo y paz. Tesis de grado para el título de Magíster en Planificación y Administración del Desarrollo Regional. Bogotá: CIDER de la Universidad de Los Andes.

Rodríguez, C. (2001). Fissures in the mediascape. An international study of citizen's media. Cresskill: Hampton Press.

Valencia, H. (2001). Planificación Local. IPUR. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Villamayor, C., Lamas, E. (1998). Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. ¿Cómo cargar de sentido la pregunta sobre la gestión? Quito: Asociación Mundial de Radio Comunitaria – AMARC.

Medios electrónicos

Boletín informativo No. 5. (2002). "En Breve", del Banco Mundial de julio 02. [En línea]. Consultado: (28, junio, 2010) Disponible en: http://fddhh.eurosur.org/colombia/desypazmag_3.pdf



Autor

Orley Reinaldo Durán Gutiérrez
orleyd@hotmail.com
Colombia

Pie de imprenta

**Fundación Friedrich Ebert
Stiftung**

Responsable

**FES Comunicación para América
Latina**
Calle 71 # 11 - 90
Bogotá, Colombia

omar.rincon@fescol.org.co

FES Comunicación

Es una unidad regional de análisis de la comunicación para América Latina de la Friedrich Ebert Stiftung.

Su objetivo es producir conocimiento para hacer de la comunicación una estrategia fundamental del diálogo político y la profundización de la democracia social. El conocimiento y la red de expertos de FES Comunicación apoyan el trabajo sociopolítico de la red de oficinas FES en América Latina.

Las opiniones expresadas en esta publicación no reflejan necesariamente, los puntos de vista de la Friedrich Ebert Stiftung.