

Producción de sentidos en medios comunitarios. Hacia la construcción de una Red Colaborativa. Fase 1 (proyecto finalizado)

DOI: 10.30578/nomadas.n49a16

Produção de sentidos na mídia comunitária: para a construção de uma rede colaborativa (Fase I)

Production of meaning in community media: working in the construction of a social network (Phase I)

Sandra Liliana Osses

Profesora Asociada del Departamento de Comunicación Social y Periodismo, Universidad Central, Bogotá (Colombia). E-mail: sossesr@ucentral.edu.co

Carlos Eduardo Valderrama H.

Profesor Asociado del Departamento de Ciencias Sociales Universidad Central. E-mail: cvalderramah@ucentral.edu.co

DIRECTORA DEL PROYECTO:

Sandra Liliana Osses Rivera

COINVESTIGADORES:

Carlos Eduardo Valderrama H., Camilo Seba y Diego Santamaría

ASISTENTE DE INVESTIGACIÓN:

Sergio Maldonado

ENTIDAD FINANCIADORA:

Universidad Central

El tema de los medios de comunicación comunitarios ha sido de capital importancia en el desarrollo del campo de la comunicación en América Latina, en tanto constituye una de las vías sobre las que se dinamizan procesos de mediación y mediatización de sectores que tradicionalmente no se encuentran articulados a los procesos de las industrias culturales y buscan mantener su independencia frente al Estado.

En la actualidad estos medios parecen enfrentar una crisis caracterizada por grandes dificultades para lograr sostenibilidad (económica, social y cultural) e interpelar a sus audiencias, lo que contrasta con un entorno que les reclama definir su papel en los espacios locales involucrados en la actual coyuntura del país. Con coyuntura nos referimos a la posibilidad de consolidar la paz, asunto que se ha

entrometido en la vida cotidiana y el sentido común de los colombianos bajo la denominación de “posconflicto” y que se plantea como un horizonte de transición que implica la reflexión y resignificación de las prácticas y relaciones de los diferentes actores sociales, principalmente en los territorios. La investigación consideró importante plantearse esta problemática por el hecho de que históricamente las radios comunitarias, y en general los medios de comunicación comunitarios, han constituido espacios de expresión y participación de sectores sociales locales que no han tenido acceso al espacio público político y mediático masivo para ejercer su derecho a la comunicación ciudadana.

La pregunta que orientó la investigación fue ¿Cuáles son los sentidos de lo comunitario que se construyen a partir de los saberes, prácticas y redes cotidianas que establecen en el ejercicio comunicativo los actores implicados en la producción y recepción de medios comunitarios en Bogotá y Cundinamarca?

El proyecto pretende aportar elementos a la reflexión académica y a la práctica social de la comunicación comunitaria a partir del esclarecimiento de los sentidos que éstos medios configuran en las prácticas de producción y en la interacción con los públicos. Esto implica una mirada profunda de la construcción intersubjetiva de los medios comunitarios en procesos de emancipación, resistencia y vinculación con los contextos. Como segundo objetivo se propuso avanzar en el diseño de un modelo de estudio de recepción orientado a la particularidad de la radio comunitaria y desmarcado de los estudios de audiencia, los cuales han sido desarrollados más para los medios comerciales. Finalmente, la intención es construir una red colaborativa que permita generar contenidos que sean compartidos e interiorizados en la búsqueda de nuevos conocimientos, así como aprovechar los vínculos existentes, y otros, en pos de posicionar dinámicas de intercambio y diálogo orientadas a potenciar su papel en el espacio local y contribuir a su proyección y sostenibilidad.

Desde el punto de vista metodológico, el proyecto se desarrolló en cinco fases. La primera, de carácter exploratorio, identificó las experiencias de medios comunitarios en Bogotá y Cundinamarca y avanzó en la recopilación de documentos académicos sobre el tema; la segunda, consistió en el reconocimiento y diálogo de los equipos de trabajo y de las trayectorias de las emi-

soras, así como en la puesta en común de los sentidos sobre lo comunitario, los proyectos comunicativos y la recepción; en la tercera fase, de manera colaborativa se diseñaron los instrumentos de producción de información desde la perspectiva territorial y se trabajó en el diseño general (arquitectura) de la red virtual; en la fase de pilotaje se aplicaron los instrumentos (sondeos y grupos focales) de acuerdo a las particularidades de las experiencias y se desarrolló el prototipo de la red social de conocimiento; finalmente, en la última fase se trabajó en el informe y la socialización a partir de procesos de categorización de los datos recabados en todas las fases anteriores con el fin de construir las estructuras y desarrollo de los productos finales. Todo culminó con una jornada de socialización de resultados que incluyó un programa de radio en vivo y en directo de la primera parte de esta jornada.

El corpus de investigación se conformó con siete experiencias: Chingaza Stereo (Fómeque), Alegría Stereo (Tocancipá), Amigos de Chocontá F.M. (Chocontá) y La Calera FM (La Calera) en Cundinamarca; La voz de mi barrio 7 (Localidad de Bosa), Suba al Aire (Localidad de Suba) y Vientos Stereo (Localidades de San Cristóbal, Usme, Tunjuelito, Rafael Uribe Uribe, Antonio Nariño, Santafé) en Bogotá.

El anclaje teórico se basó en tres aspectos claves del planteamiento del problema. Por una parte, la producción de sentido sobre lo comunitario, para lo cual partimos de la premisa de que el interés teórico derive de un interés legítimo que tenga como punto de partida su vinculación con la experiencia. Así, retomamos la idea de que los medios comunitarios implican procesos de mediación y mediatización y por ello, es en sus estructuras y formas de auto-organización (discurso radiofónico, configuración tecnológica, propuesta comunicativa, interacciones, redes) que se encuentra la construcción de sentido que les confiere un carácter distintivo. Retomando la definición desarrollada en estudios previos, estos medios son construidos como hechos socioculturales a través de acciones colectivas, que adquieren su sentido de acuerdo a la noción de lo comunitario que construyen emisores, receptores y actores sociales insertos en el mundo social en que se desarrollan, a partir de procesos continuos de comunicación y negociación. Son medios de comunicación producidos por actores que se encuentran en posición de asimetría dentro del sistema comunicacional y so-

cial, y son dirigidos a grupos que se identifican con esta colocación dentro de una compleja red de relaciones sociales. (Osse, 2007: 77)

Lo anterior supone el reconocimiento de que en las prácticas y experiencias está la posibilidad de comprender la potencia de lo comunitario, para lo cual se requiere de procesos de sistematización y auto-reflexión con profundidad histórica y perspectiva territorial.

El segundo punto de partida teórico pertenece al ámbito de las prácticas de producción y la interacción con los públicos. Interacción que se instala en las mediaciones (Martín-Barbero, 1987) y micromediaciones (Orozco, 2001) culturales de los procesos de recepción, en los usos y apropiaciones de los contenidos y en las mediaciones sociopolíticas que proponen los medios de comunicación comunitarios, en primer lugar. Derivado de lo anterior, se propone instalar la recepción en el marco de las prácticas sociales, lo cual exige contemplarla no ya como un asunto puramente individual sino como acción colectiva, relacional, inscrita en territorios concretos en los cuales se construye lo comunitario y se produce su sentido. Por supuesto, lo anterior implica una mirada profunda de la construcción intersubjetiva a las relaciones de poder entre los diversos actores del proceso y al reconocimiento de la diversidad de las prácticas de recepción de los medios comunitarios.

En cuanto a la construcción de la red colaborativa para generar contenidos compartidos que se usen e interioricen y así se creen nuevos conocimientos, además de aprovechar los vínculos existentes y potenciarlos en pos de posicionar dinámicas de intercambio y diálogo de las radios comunitaria, se asumió la noción de red desde una mirada compleja, se trata de “comprender las redes de modo que sea posible dar cuenta simultáneamente de lo instituido y de lo instituyente, de lo regular y lo irregular, de la unidad y la heterogeneidad, de lo estable y lo mutable, de la determinación y el azar, de lo tecnológico y lo social, en su mutuo hacerse y deshacerse” (Najmanovich, 2011:155).

En relación con los resultados, brevemente diremos que la producción de sentido sobre lo comunitario responde al contexto particular en que se desarrolla la experiencia y que son los sujetos colectivos los que confieren dichos sentidos anclados en el territorio y en permanente tensión con las prescripciones normativas provenientes de la institucionalidad o de la academia misma. En términos de la representación, se determinó que el núcleo central que los actores (gestores, programadores y oyentes) tienen sobre lo comunitario está conformado por tres contenidos: a) Relación con la comunidad, b) Construcción de un territorio y c) Carácter diferenciador del medio.

Los presupuestos teóricos sobre la recepción y el trabajo colaborativo con las siete experiencias, en términos del codiseño y pilotaje de algunos instrumentos de producción de información, permitieron, por una parte, avanzar en la idea de descentrarse de la recepción como un proceso que reside en el sujeto, se expresa en sus acciones individuales y es independiente de las dinámicas territoriales, y más bien entenderla como una práctica social, anclada espaciotemporalmente y profundamente diversa; y por otra, bosquejar un modelo de estudio de recepción adaptable, sostenible y escalable, el cual, desde el punto de vista pragmático, permitió entender que los estudios de audiencias no son la medida absoluta de las prácticas y los procesos de recepción, ni la base para la sostenibilidad de las emisoras.

Finalmente, el proyecto dejó una maqueta digital con el diseño de una red colaborativa de producción de conocimiento sobre lo comunitario que consta de tres componentes: a) sostenibilidad, b) conectividad y c) formación. Sobre estos se diseñó la arquitectura de la red y el mapa de navegación, a partir de ello se propone una red abierta en tres espacios diferentes: Crea una idea, Conecta tus ideas, Aprende y enseña nuevas ideas. Así mismo, se realizó un trabajo para el desarrollo del concepto de imagen de la red, cuyo resultado final es un prototipo virtual funcional de la red social de conocimiento denominada: “Usqua. Medios comunitarios”.

Referencias bibliográficas

1. MARTÍN-BARBERO, J. 1987, *De los medios a las mediaciones*, México, Gustavo Gilli.
2. NAJMANOVICH, D. 2011, *El juego de los vínculos. Subjetividad y redes: figuras en mutación*, Buenos Aires, Biblos.
3. OROZCO, G. 2001, *Televisión, audiencias y educación*, Bogotá, Norma.
4. OSSES, S. 2013, “Lo comunitario en las radios comunitarias: sentidos en juego”, en: *Revista campos*, Vol. 1, No.1, Bogotá.

