

Organizaciones de la sociedad civil y sus producciones en radio e Internet: fortaleciendo agendas para la democracia y los derechos humanos en Colombia

Catalina Montoya-Londoño¹

Recibido: 2012-12-12
Envío a pares: 2012-12-19

Aprobado por pares: 2013-04-07
Aceptado: 2013-05-22

Para citar este artículo / To reference this article / Para citar este artigo

Montoya-Londoño, C. Agosto de 2013. Organizaciones de la sociedad civil y sus producciones en radio e Internet: fortaleciendo agendas para la democracia y los derechos humanos en Colombia. *Palabra Clave* 16 (2), 282-312.

Resumen

El presente artículo recoge una investigación sobre diez experiencias significativas en Colombia de productos comunicativos en radio e Internet realizados por organizaciones de la sociedad civil en pro de la democracia y los derechos humanos. A través de la búsqueda documental y entrevistas semiestructuradas individuales y grupales con algunos de los protagonistas de estos proyectos, el estudio explora sus objetivos, dinámicas, alcances y retos.

Palabras clave

Organización no gubernamental, radio, Internet, democracia, derechos humanos, Colombia (Fuente: Tesoro de la Unesco).

¹ Profesora Asistente, Departamento de Comunicación, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. catalina.montoya@javeriana.edu.co

Civil Society Organizations and their Radio and Internet Productions: Strengthening Agendas for Democracy and Human Rights in Colombia

Abstract

This article looks at study of ten significant experiences in Colombia with communication products developed for radio and the Internet by civil society organizations to promote democracy and human rights. Through documentary research and semi-structured individual and group interviews with some of those who played a leading role in these projects, the study explores their objectives, dynamics, scope and challenges.

Key words

Non-governmental organization, radio, Internet, democracy, human rights, Colombia (Source: UNESCO Thesaurus).

Organizações da sociedade civil e suas produções no rádio e na internet: fortalecendo agendas para a democracia e os direitos humanos na Colômbia

Resumo

O presente artigo descreve uma pesquisa sobre dez experiências significativas na Colômbia de produtos comunicativos no rádio e na internet realizados por organizações da sociedade civil em prol da democracia e dos direitos humanos. Através da procura documental e entrevistas semiestruturadas individuais e grupais com alguns dos protagonistas destes projetos, o estudo explora seus objetivos, dinâmicas, abrangências e desafios.

Palavras-chave

Organização não governamental, rádio, internet, democracia, direitos humanos, Colômbia. (Fonte: Tesouro da Unesco).

Origen del artículo

El artículo hace parte de la investigación “Producciones comunicativas de organizaciones de la sociedad civil: proyectos en radio e Internet para la democracia y los derechos humanos en Colombia”, realizada durante el primer semestre de 2010, con el apoyo de la Embajada del Reino Unido en Colombia. Posteriormente, a comienzos de 2012 se llevó a cabo un seguimiento independiente para revisar la continuidad de estos proyectos. El estudio es uno de los aportes de la Pontificia Universidad Javeriana a la Alianza Medios y Democracia. La autora agradece el apoyo de las organizaciones miembro de la Alianza Medios y Democracia, las organizaciones que lideraron las iniciativas objeto de este estudio, expertos en el campo que orientaron la identificación de las iniciativas y Angélica el Pilar Parra Hernández, quien transcribió las entrevistas realizadas para su posterior análisis.

Introducción

La injerencia política y visibilidad pública de las organizaciones de la sociedad civil (OSC) ha aumentado notablemente durante las últimas décadas. Tales organizaciones pueden entenderse como fundaciones, organizaciones no gubernamentales, asociaciones, corporaciones, etc., sin ánimo de lucro, “que persiguen el bien común de otros o de sus miembros, afiliados, y que tienen una estructura mínima que les permite administrar recursos” (Rey *et al.*, 2008, p. 209). Este protagonismo no solamente tiene que ver con su capacidad de articulación política e injerencia en los temas y preocupaciones ciudadanas en los escenarios locales y globales. En términos de su visibilidad pública en el contexto latinoamericano, estas organizaciones se han convertido en los últimos años en aliadas para los medios de comunicación por el acceso que facilitan a recursos, saber experto y redes sociales (Rey *et al.*, 2008, pp. 44, 60-62). Más aún, la búsqueda de participación en la vida pública desde la movilización social ha hecho de los medios de comunicación un instrumento para que las OSC puedan difundir y legitimar sus acciones sociales y su agenda política (Montoya-Londoño, 2010; Rey, 2006; Rey *et al.*, 2008). Esto les ha permitido no solamente ser una fuente importante para los medios dominantes, sino también empezar a generar sus propios proyectos comunicativos de manera relativamente independiente.

El presente trabajo presenta los resultados de una investigación que recopiló diez experiencias significativas en Colombia de productos comunicativos en radio e Internet realizados por organizaciones de la sociedad civil en pro de la democracia y los derechos humanos, para identificar su replicabilidad y lecciones. A través de diez entrevistas semiestructuradas individuales y grupales con algunos de los protagonistas de estos proyectos, el estudio exploró los objetivos, dinámicas, formatos narrativos, alcances y retos de estas iniciativas.

Antecedentes

Como lo ha planteado Wolfsfeld (1997), la competencia por los medios de comunicación es parte de una lucha más amplia y significativa por el control de lo político. En este sentido, la participación en la esfera pública de las OSC y su capacidad de apelar a los ciudadanos y sectores sociales con injerencia directa o indirecta en los temas que trabajan depende de su capacidad para generar una comunicación externa a través de medios convencionales, alternativos o propios. Sin embargo, y a pesar de su creciente visibilidad política y social, sus temáticas y mensajes tienen un rango variable de aceptación en estos medios, dependiendo de la propia capacidad institucional de las OSC –recursos y organización–, su orientación y habilidad comunicativa.

Sobre esto último, la caracterización propuesta por Sampedro *et al.* (2002) es útil para pensar en la pluralidad del discurso público de las OSC y su consecuente receptividad en los medios dominantes. De acuerdo con los autores, las OSC en general comparten un discurso de la equidad, la justicia y la solidaridad para lograr apoyo ciudadano. Sin embargo, el espectro de las diferencias en lo que atañe a su discurso público se refleja en un carácter más conflictivo, caracterizado por la búsqueda por alterar consensos fundamentales en la sociedad, o de gestión, que desde una actitud más bien reformista busca mejoras incrementales a los problemas sociales. Los autores proponen que las OSC de carácter más conflictivo tienden a ser más propiamente movimientos sociales y a tener espacios más restringidos en los medios. Mientras tanto, las OSC de carácter más reformista tienden a operar al interior de estructuras económicas, como es el caso de fundacio-

nes empresariales o sociales y educativas, como la iglesia. Estas últimas tienden, por tanto, a tener un mayor capital simbólico y material para operar, así como un mayor estatus frente a los medios de comunicación tradicionales, apelando a mensajes que suelen ser lúdicos y educativos. De cualquier forma, la competencia por recursos económicos, humanos y simbólicos ha demandado de todas estas organizaciones eficiencia y eficacia de sus tareas promocionales, y, como consecuencia, una progresiva especialización de la comunicación. Además, las OSC se debaten entre la crítica y la colaboración con los medios dominantes dependiendo de si son conflictivas o reformistas, lo cual se resuelve en alianzas con medios dominantes, en el acercamiento a medios alternativos para difundir sus productos o en la generación de sus propios medios independientes de difusión.

A la pregunta por la capacidad comunicativa de las OSC la precede el supuesto de la importancia del derecho a la comunicación como un principio fundamental para la participación y el fortalecimiento democrático. Tal principio subyace a trabajos precedentes que han reflexionado en torno al empoderamiento democrático desde el uso de la comunicación por parte de las organizaciones de la sociedad civil (Alfaro, 2006; Cadavid, 2009; Del-Gizzo y Rozengardt, 2005; Delli, 2004; Gumucio, 2001; Rey, 2006; Rincón *et al.*, 2007; Rodríguez, 2008; Tamayo, Delgado, y Penagos, 2007), así como a trabajos que se han preguntado por cómo mejorar las relaciones estratégicas entre los medios y estas organizaciones (Cytryblum, 2007; Martín-Nieto, 2007; Montoya-Londoño, 2010; MPP, 2005; Rey *et al.*, 2008; Sampredo *et al.*, 2002).

Otros trabajos han desarrollado las implicaciones del carácter más reformista de las OSC. Por ejemplo, Kaldor (2005, pp. 38-39, 118-119) se ha referido al sentido neoliberal de las OSC. Éstas comenzaron en Europa y América Latina con un énfasis en la autoorganización y la autonomía frente a los poderes establecidos, pero también han sido interpretadas por el establecimiento como su complemento y sustituto ocasional y, de hecho, el sector no gubernamental se ha expandido gracias a fondos de los propios Estados. Así, las OSC han ofrecido redes de seguridad social en medio del desmonte del estado de bienestar, y han promovido la democracia, la ciu-

dadanía y las prácticas de responsabilidad corporativa en concordancia con la agenda política y económica transnacional.

En el mismo sentido, Bobes (2010) ubica la centralidad de la sociedad civil a partir de la década de los noventa en las transiciones democráticas y el declive del Estado de bienestar en América Latina. Las OSC asumen entonces funciones complementarias de trabajo, asistencia social, desarrollo y participación, lo cual, en contextos de debilidad estatal y despolitización ciudadana, tiene implicaciones negativas para la gobernabilidad. Igualmente, la autora advierte la integración de las OSC con ONG mundiales, lo cual ha atado sus agendas a las prioridades y recursos de las segundas.

En Colombia, Villar (2001, pp. 70-88) relata que la creación de ONG inició en 1956, y unas 60% de todas las que existían para 2001 (unas 136 mil) se crearon entre 1975 y 1985. Sus roles han evolucionado con los años, desde el cuidado y la protección, o la provisión de servicios específicos, al desarrollo como prioridad entre las décadas de los sesenta y los noventa. Además, las relaciones con el Estado se han transformado de ser confrontacionales y escépticas a más institucionalizadas y proactivas a partir de los noventa. El apoyo para estas organizaciones ha venido de la Iglesia, las ONG en el norte global, agencias de desarrollo en Europa y Estados Unidos y el sector privado a través de esquemas filantrópicos. Además, la década de los sesenta vio nacer fundaciones del sector privado que, en contraste con otras organizaciones no gubernamentales, fueron más cercanas al Estado desde sus comienzos. Mientras que la presencia pública y política de las organizaciones no gubernamentales se expandió en los noventa, así como su habilidad para establecer interlocución con el Estado –en particular aquellas pertenecientes a movimientos étnicos–, las organizaciones populares y los movimientos sociales como el sindicalismo o el campesinado rural se debilitaron.

El interés en explorar producciones comunicativas radiales y en Internet para este trabajo proviene de sus potencialidades para la descentralización de la comunicación y su apropiación social desde la participación directa de oyentes y usuarios. Según el Estudio General de Medios más re-

ciente (ACIM, 2011), la radio es el segundo medio de comunicación que más se consume en el país (67%), después de la televisión (94%). Por otra parte, el consumo de Internet (39%)² superó al de la prensa escrita (35%).

La particularidad de la radio en el contexto colombiano radica en su capacidad histórica de establecer puentes entre lo popular y lo masivo, lo nacional y lo local, y las tradiciones orales y la cultura escrita. Así mismo, y como advierte Valencia (2008, p. 91), “la radio ha entendido la gran heterogeneidad colombiana, y lo ha hecho mejor que los medios escritos”. En este sentido, el autor anota que pese a las dinámicas de homogenización de contenidos y concentración del capital, la apropiación cultural de la radio ha sido mayor que la de la televisión, mayoritariamente atada a las lógicas comerciales. A la par con una mayor variedad de propuestas de producción no dominadas exclusivamente por el mercado o la iniciativa estatal, han proliferado radios universitarias y comunitarias, y se han renovado los medios de radiodifusión públicos. Además, y como lo advierte este autor, gran cantidad de emisoras en el país están integrando las posibilidades digitales para la producción y transmisión de contenidos e interactividad con los usuarios (Valencia, 2008, p. 92).

Con relación a Internet, existe una rápida expansión del medio, si se tiene en cuenta que su introducción generalizada en el mercado comenzó casi a mediados de los años noventa (Tamayo *et al.*, 2007). En particular, y respecto a las posibilidades de Internet para la sociedad civil, Tamayo *et al.* (2007) han argumentado, a partir del análisis de las páginas web de programas regionales de desarrollo y paz, que Internet impulsa la visibilidad de sus proyectos validando el imaginario de la conexión y acceso por vías de la representación, así como mejores posibilidades de redes de intercambio y conocimiento de los proyectos y sus regiones de base, pese a limitantes que existen aún en su uso por parte de las propias comunidades.

Así mismo, Florencia del Gizzo y Adrián Rozengardt (2005) proponen que las OSC son lugares privilegiados para introducir las TIC y

2 Colombia alcanzó 7 037 241 de suscriptores a Internet en septiembre de 2012. Existe un 61.2% de suscripciones a Internet fijo y un 38.7% a internet móvil. Igualmente, existen 48 699 217 abonados en servicio de telefonía móvil, lo cual habla de una penetración del 104.5% (MinTIC, 2012).

difundir su uso social, y que, a través de estas tecnologías, pueden fortalecerse organizacionalmente y mejorar su gestión articulando lo local con lo global. En ese sentido, los usos de las TIC por parte de las OSC involucran fines de posicionamiento de sí mismas y sus agendas, así como de fortalecimiento de la movilización transnacional a partir de la comunicación con socios, la conformación de redes, la generación de conocimiento y la elaboración de campañas temáticas. Por otro lado, Martín-Nieto (2007, p. 132) advierte que Internet también representa ventajas importantes en términos de la autonomía comunicativa para estas organizaciones “sin necesidad de intermediarios y a unos costes mucho más bajos que los medios tradicionales”.

En este contexto vale la pena entonces explorar qué tanto las OSC han trascendido el uso de la web para su propia visibilidad, generando proyectos comunicativos en pro de sus agendas en Colombia. Derivado de ello, y en relación con estos proyectos, se desprenden interrogantes como los niveles de interactividad y uso generados en función de sus objetivos, así como las posibles diferencias existentes en términos de sus alcances y retos de acuerdo con su carácter más conflictivo o reformista. La pregunta de investigación que orientó este estudio fue: *¿Qué lecciones dejan experiencias significativas de producciones en radio e Internet emprendidas por OSC en favor de la democracia y los derechos humanos en Colombia?*

Metodología

La aproximación metodológica principal del presente estudio es un análisis de *casos de estudio* significativos de producciones comunicativas de OSC en pro de la democracia y los derechos humanos. Tal metodología permite una observación relativamente detallada de estas experiencias (Austin *et al.*, 2005, p. 9) en perspectiva comparada (King, Keohane y Verba, 1994, p. 45). Así, un estudio como el propuesto posibilita encontrar tendencias sobre los aprendizajes y retos de estas experiencias para su propio fortalecimiento, y el de la democracia y los derechos humanos en Colombia.

El tiempo inicial de la investigación fue corto (el primer semestre de 2010), con el fin de que ésta pudiera convertirse en insumo de trabajo para

los encuentros con organizaciones de la sociedad civil promovidos por la Alianza Medios y Democracia. Más adelante, en enero del 2012, se realizó un seguimiento independiente a las organizaciones para confirmar la continuidad de estas experiencias. Los coordinadores de la alianza, así como expertos en el tema cercanos a la red, ayudaron enormemente a ubicar algunas de las experiencias que conformaron la muestra de análisis. La información recogida se constató posteriormente usando páginas web, las cuales facilitaron la recopilación de los perfiles de las organizaciones protagonistas y su clasificación de acuerdo con los medios, formatos, géneros e intencionalidades comunicativas. Igualmente, se realizaron *entrevistas semiestructuradas* con personas involucradas en las producciones comunicativas, con el fin de recopilar las percepciones sobre el desarrollo y el balance que dejan estas producciones elegidas por parte de quienes han estado directamente involucrados en ellas. Las entrevistas fueron hechas personalmente, por teléfono o por Internet, de acuerdo con la disponibilidad de los entrevistados y el tiempo de la investigación.

Las entrevistas se centraron en las siguientes dimensiones de los proyectos: a) las entidades participantes, el origen, la motivación y los objetivos de las producciones; b) la descripción del producto comunicativo como tal, sus secciones, estrategias, narrativas y estilo; c) los apoyos financieros, técnicos y humanos, los esquemas de financiación y las entidades cooperantes que le han dado vida y sostenibilidad al proyecto, así como la percepción de los entrevistados sobre la suficiencia de estos recursos; d) los públicos objetivos a los que los productos van dirigidos, su alcance esperado, la justificación del medio elegido y su plataforma de difusión; e) los niveles de adaptabilidad y continuidad del proyecto y las transformaciones o ajustes realizados para asegurar su sostenibilidad; f) el balance sobre el impacto y la acogida de las producciones en términos de sus audiencias, otros sectores sociales, las propias organizaciones que lideran los proyectos y las agendas de democracia y derechos humanos que éstos persiguen, y g) dificultades, retos y proyecciones de los proyectos en su desarrollo e implementación, así como sus proyecciones para el futuro. Adicionalmente, durante el seguimiento sobre la continuidad de estas experiencias en enero del 2012, se preguntó a las personas directamente responsables en las organizaciones

sobre las transformaciones de los proyectos en términos de: a) sus recursos humanos, financieros o técnicos, b) sus formatos narrativos o su difusión y c) sus objetivos.

Experiencias

Los *criterios de selección de las experiencias* fueron, primero, su formato (radial o Internet); segundo, el carácter de las organizaciones, es decir OSC cuya razón de ser no fuera la comunicación sino más bien fundaciones, corporaciones u ONG que hubieran optado por un proyecto comunicativo específico para apoyar sus agendas; tercero, la naturaleza de la iniciativa, o producciones impulsadas por OSC de manera autónoma o en colaboración con otras entidades; cuarto, la temática, es decir, proyectos que persiguieran agendas de democracia y derechos humanos. Finalmente, se eligieron proyectos que demostraran objetivos y estrategias concretas por parte de las organizaciones de la sociedad civil involucradas en pro de las agendas descritas.

Las *experiencias* seleccionadas en radio fueron las emisoras Dachi Bedea Nuestra Voz, de la Organización Nacional Indígena de Colombia (ONIC), producida desde el 2005 para la visibilidad y el fortalecimiento de los pueblos indígenas y sus derechos, y Radio Diversia, de la Fundación Radio Diversia, una emisora digital que desde el 2008 trabaja para fomentar la participación, visibilidad y protección de los derechos de la comunidad LGBTI. Además, se exploraron los programas de radio *Rompecabezas*, creado en el 2007 por el Programa por la Paz del Centro de Investigación y Educación Popular (Cinep), Medios para la Paz y la emisora 14.30 AM, para la formación de una opinión pública crítica e informada sobre temas de democracia, derechos humanos, identidad y conflicto armado; *Andariegos*, de América España Solidaridad y Cooperación (AESCO-Colombia) y la emisora Ecos 13.60 AM de Pereira, dedicada desde el 2005 al fenómeno migratorio desde una perspectiva de protección de derechos y codesarrollo, y la radionovela *Una luz al amanecer*, de la Fundación Oriéntame, Brújula Comunicaciones y la Corporación Viva la Ciudadanía, producida en el 2008 para la promoción de los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres y, en particular, aquellos concernientes a la interrupción del embarazo en los casos protegidos por la ley.

Las experiencias exploradas en Internet fueron la campaña “Trabajos decentes”, creada en el 2008 por la Plataforma Colombiana de Derechos Humanos, Democracia y Desarrollo, la Escuela Nacional Sindical y la Central Unitaria de Trabajadores para promover derechos humanos fundamentales al trabajo y en el trabajo; la campaña “Más información más derechos”, creada en el 2009 por la Embajada Británica y el Consejo Británico, con el Proyecto Antonio Nariño (PAN), la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP), Transparencia por Colombia y el Cider de la Universidad de los Andes, en pro del derecho al acceso a la información pública; el portal *Verdad Abierta*, de la Fundación Ideas para la Paz y revista *Semana*, que, desde el 2008, se dedica a reconstruir la memoria sobre el conflicto armado y en particular el paramilitarismo en Colombia ante la puesta en marcha de la Ley de Justicia y Paz; la revista semanal *Razón Pública*, de la Fundación Razón Pública, creada en el 2008 con el apoyo del Open Society Institute (OSI), para la generación de una opinión pública crítica e informada de la realidad nacional y desde la defensa de los derechos humanos y la democracia; la base de datos *Zoom*, creada en el 2010 por Consejo de Redacción también con el apoyo del OSI, para facilitar el derecho al acceso a la información pública y, a través de éste, la cualificación de la investigación periodística y la transparencia política.

Resultados

Objetivos de los proyectos

Todos los proyectos buscan una cualificación de la opinión y el debate público sobre sus temas, y algunos de ellos están motivados por incidir directamente en la calidad del cubrimiento periodístico, como *Rompecabezas*, *Verdad Abierta*, *Razón Pública*, *Zoom* y la Campaña colombiana por trabajos decentes. Algunos proyectos intentan fomentar el empoderamiento ciudadano y su involucramiento proactivo en los temas, tales como *Dachi Bedea*, *Radio Diversia*, *Andariego*, *Verdad Abierta* y las campañas “Trabajos decentes” y “Más información más derechos” en sus primeras etapas. Hay proyectos que intentan incidir en dinámicas específicas de democracia, como la promoción de la transparencia (*Zoom*) o la creación de un mecanismo *ad hoc* alternativo de verdad enmarcado en la justicia transicional (*Verdad abierta*). Otros

han trabajado por incidir directamente en políticas públicas, como *Andarriegos*, *Radio Diversia*, “Trabajos decentes” y la Alianza “Más información más derechos” en su segunda etapa.

Valoración del medio

Tanto la radio como la Internet son valoradas como un medio de bajo costo y fácil acceso en comparación con otros medios audiovisuales e impresos. La radio se percibe como un medio de fácil acceso y alto arraigo y penetración cultural. Además, las emisoras por las cuales se difunden los programas han sido elegidas, en ocasiones, en razón a cercanías institucionales con las OSC, como es el caso de *Rompecabezas*, dado que tanto Cinep como la Emisora 1460 y Javeriana Estéreo 91.9 pertenecen a la Compañía de Jesús; pero también por su carácter alternativo y de vocación social (*Rompecabezas* y *Una luz al amanecer*). Otra razón es su alcance geográfico en función de los objetivos de los proyectos, como sucede con *Andarriegos*, cuya emisora transmite en una zona de alta incidencia del fenómeno migratorio. Por otro lado, las emisoras digitales han sido valoradas desde las posibilidades de producir en red con otras emisoras indígenas y de facilitar la interacción con las audiencias, a través del “reporte de sintonía” en *Dachi bedea* y del chat en *Radio Diversia*.³

Producir publicaciones en Internet es accesible en términos de costos y administración para las OSC, dado que las plataformas en las que normalmente se trabaja –WordPress y Joomla– son de acceso abierto y no requieren conocimientos técnicos muy avanzados para poder operar, con excepción de Filemaker, usado para la base de datos *Zoom*, para la cual Consejo de Redacción destinó un rubro de capacitación. Las otras ventajas de este medio provienen de sus posibilidades de actualización permanente y manejo de grandes cantidades de información, interactividad e inclusión de otros formatos audiovisuales y aplicaciones como formularios o encuestas, realización de cruces múltiples de información a través de hipervínculos y buscadores, y construcción de conocimiento colectivo generando redes en torno a los temas. Además, este medio permite identificar de manera más precisa a los usuarios y las dinámicas de uso de las páginas.

3 Para 2012, *Radio Diversia* implementó, además del chat, el uso de redes sociales como Facebook, Twitter y Skype.

Formatos narrativos

Con respecto a los proyectos radiales, sólo en un caso, *Una luz al amanecer*, se exploró un género de arraigo popular como la radionovela para interpelar a mujeres de estratos más bajos, Según Ana María Ruíz (2010):

Aquí en Brújula [Comunicaciones] la idea de la radionovela nos pareció interesante, todas nos acordábamos de chiquitas de alguna radionovela, a todas nos alcanzó a tocar una radionovela y todas teníamos la recordación del impacto que tiene, la radionovela se escuchaba siempre, lo que había sonando en las casas a medio día era la radionovela.

Los otros dos programas radiales, *Rompecabezas* y *Andariegos*, de carácter más periodístico e informativo, han sido útiles para interpelar a sectores de opinión o que tienen injerencia en los problemas, es decir, público adulto perteneciente a la academia, instituciones gubernamentales y no gubernamentales. Para Rocío Castañeda (2010), directora de *Rompecabezas*, “si tu desde la comunicación lo que quieres es abrir canales, conectar a la gente, acercarla, no lo puedes hacer desde una posición dura, sino que tienes que acercarla desde abrir las miradas, y eso lo hace el periodismo”. Mientras tanto, las emisoras *Dachi Bedea* y *Radio Diversia* han usado un formato en el que la música, los invitados, la información y la opinión tienen una presencia importante en la programación, lo cual permite múltiples y amenas posibilidades de expresión a sus identidades y agendas.

Con respecto a los proyectos web, mientras la campaña “Trabajos decentes”, hecha en plataforma web Joomla, estuvo vigente (hasta 2010), contaba con una mayor cantidad de enlaces multimedia que el blog de “Más información más derechos”, realizado en la plataforma WordPress. Esto responde a que, mientras el lenguaje de “Trabajos decentes” intentaba atraer a un público amplio por medio del relato personal y vivencial, el lenguaje de “Más información más derechos” enfatizaba en notas cortas que actualizaban a sus lectores sobre la marcha de la campaña y el desarrollo del tema. En una segunda etapa, a partir del 2010, el blog de “Más información más derechos” perdió protagonismo, dando lugar a una Alianza mucho más centrada en reuniones con entes gubernamentales y ponentes encargados de debatir un proyecto de ley sobre acceso a la información en marzo del

2012 en el Congreso. Igualmente, DeJusticia y la FLIP unieron esfuerzos para un litigio estratégico frente a la Ley de Inteligencia, la cual toca la libertad de información.

Así mismo, a partir del 2010, la página de “Trabajos decentes” se convirtió en un portal para fortalecer la relación con medios y líderes sindicales en el marco de una iniciativa llamada *Abriendo puertas*. Junto con la página, el proyecto ha ampliado su horizonte político en el diseño de una política pública frente al tema, primero en Medellín, y ahora en otras ciudades como Barranquilla, Bucaramanga, Cali y Bogotá, de acuerdo con Juan Bernardo Rosado (2012), director de comunicaciones de ENS.

Mientras tanto, las publicaciones *Verdad Abierta* y *Razón Pública* han aprovechado cada vez más las posibilidades interactivas del medio, así como el creciente volumen de información que manejan, para hacer cambios progresivos a sus páginas que reflejan un mejor manejo de las posibilidades del hipertexto, la multimedia y el lenguaje en red, así como el interés por que la información consignada sea cada vez más el resultado de una construcción colectiva. La construcción colectiva de contenidos es variada en las experiencias web, siendo más acotada en el caso de *Zoom* (periodistas) y *Razón Pública* (sector académico e intelectual), y más amplia en *Verdad Abierta* (académicos, periodistas, y víctimas).

Audiencias y usuarios

Ninguno de los programas radiales estudiados cuenta con una medición precisa de sus audiencias o de su impacto en términos de los públicos a los que ha querido llegar, más allá de estimados basados en las mediciones de audiencia general de las propias emisoras.⁴ Los indicios de impacto alternativos han sido las comunicaciones de los ciudadanos e instituciones interesadas en los temas. Además, aunque Internet permite mayor difusión de los programas, sólo *Rompecabezas* y *Una luz al amanecer* están disponibles para ser escuchados después de su transmisión, sirviendo así como material de consulta e información permanente.

4 Por ejemplo, *Rompecabezas* reportaba una audiencia promedio de 140 mil oyentes en todas sus emisoras durante 2010, aumentando a un estimado de 160 mil en 2011.

Por su parte, a las emisoras digitales han accedido sobre todo las propias comunidades indígenas (*Dachi Bedea*) y LGBTI (*Radio Diversia*), así como las organizaciones que trabajan estos temas. De hecho, aunque la emisora *Dachi Bedea* no transmite continuamente, sino con algunos programas específicos, el espacio de la comunidad para comentarios sigue activo en su página web.

Las posibilidades multimediales e interactivas de Internet han sido aprovechadas de manera diferenciada por los diferentes proyectos de comunicación. En el caso de las campañas, predomina el concepto de las páginas como bancos de información en las que se actualizan las noticias, actividades y productos de campaña, mientras que la conformación y el fortalecimiento de las redes nacionales e internacionales se han dado de manera más clara desde los eventos programados. Aunque las campañas persiguen audiencias ampliamente definidas, su alcance más claro a 2012 incluye sectores institucionales y de opinión (academia, medios, organizaciones implicadas en los temas). Así mismo, las páginas en sus primeras etapas (hasta el 2010) tuvieron un alcance sobre todo centrado en Bogotá, como en la campaña “Más información más derechos”, mientras que en “Trabajos decentes” se amplió a 2012 su radio de acción a varias ciudades del país, incluyendo Bogotá.

En general, las audiencias de estos proyectos no son masivas y tienden a abarcar sectores a los que las temáticas afectan más directamente y de opinión, como la academia, los medios de comunicación, las OSC o el sector público. El proyecto web que más claramente ha hecho conexión directa con los ciudadanos ha sido *Verdad Abierta*, dado que la temática toca a las víctimas del paramilitarismo en el país, quienes se comunican de manera permanente para aportar información y ser parte, a través de sus organizaciones, del desarrollo de sus contenidos.⁵ Igualmente, *Verdad Abierta* ha hecho alianza con Sipaz y La Sonora, organizaciones que agrupan unas 500 radios comunitarias, para darle mayor proyección a sus contenidos,⁶ incluyendo radios comunitarias en el Pacífico y el diario *El Mundo* (Medellín).

5 Así mismo, el proyecto reporta, a 2012, un promedio de un millón de visitas anuales, nacionales e internacionales, particularmente desde España, Estados Unidos y Centroamérica. En redes sociales, tiene actualmente 600 suscritos en Youtube, catorce en Twitter, cinco mil amigos en Facebook y tres mil suscriptores en su boletín semanal.

6 Información consignada en la página web de *Verdad Abierta*, <http://www.verdadabierta.com/component/content/article/343> [fecha de consulta: 30 de enero de 2012].

Sostenibilidad de los proyectos

Todos los proyectos estudiados en radio e Internet han tenido continuidad hasta el 2012, aunque con un modelo de sostenibilidad precario. Todas las organizaciones perciben que los recursos son insuficientes para la sostenibilidad de los proyectos a largo plazo, a excepción de Fundación Oriéntame, dado que la radionovela fue un producto concreto, acotado en el tiempo.

Dachi Bedea se ha mantenido con recursos de la ONIC y *Radio Diversia*, con recursos que la Fundación Radio Diversia ha gestionado a través de diferentes proyectos, así como de premios que hasta ahora ha recibido por su labor. Sin embargo, ambas emisoras han dependido de la disponibilidad de personas encargadas (*Dachi bedea*) o voluntarios (*Radio Diversia*), lo que ha generado una inestabilidad importante en la programación. Mientras tanto, el programa *Rompecabezas* ha ampliado su difusión de una a diez emisoras entre 2009 y 2011, y de una a ocho ciudades, aunque con menos recursos, menos personas en el equipo de producción de planta y búsqueda de voluntarios pasantes. El programa *Andariegos* se emitió con recursos autogestionados por Aesco y, durante el 2011, logró una alianza con Canal 81 de Telmex y el diario *La Tarde* (Pereira), los cuales permitieron una difusión ampliada de lo trabajado en el programa. Sin embargo, para el 2012 la sostenibilidad del programa ya estaba en entredicho dada la dificultad para conseguir anunciantes.

Con relación a la sostenibilidad de los proyectos web, la campaña “Más información más derechos” incluyó nuevos aliados⁷ y se convirtió en la Alianza Más información más derechos a partir del 2010. Los aliados han venido trabajando desde el 2011 en la formulación de proyectos para la financiación de la alianza, mientras aportan desde sus propias experticias a potenciar el norte político del tema del acceso a la información. Por su parte, la Campaña colombiana por trabajos decentes, financiada hasta el 2010 por la Federación Holandesa de Sindicatos, finalizó formalmente en el 2010. Sin embargo, y durante el 2011-2012 gracias a fondos de Usaid, la página fue preservada y enriquecida como un portal de información. Hoy, sin embargo, la continuidad de la página depende de la consecución de

7 La Corporación Nuevo Arco Iris, Alianza Medios y Democracia, PNUD Colombia, Medios Para la Paz y Ocasá.

más recursos. La base de datos *Zoom* sigue disponible para los usuarios de la página web de Consejo de Redacción. Este proyecto, a enero de 2012, sigue siendo financiado por el OSI, y ha continuado recibiendo contribuciones de su red de asociados, ampliando su número de temas para facilitar el cruce de información.

Por su parte, *Razón Pública* continúa con el apoyo del OSI, Pax Christi de Holanda y la Fundación Avina Colombia. Esto ha implicado que la publicación ha dejado de depender del aporte que sus fundadores realizaban como parte de su pertenencia a la Fundación Razón Pública. Igualmente, la revista ha expandido su equipo de producción y su número de colaboradores,⁸ incluyendo analistas de las regiones, y proyecta ahora la posibilidad de ser leída en dispositivos electrónicos, así como de buscar un modelo sostenible de negocio que mantenga su vocación pública y abierta, al igual que sus objetivos y su modelo de proyecto cultural y político, único en el país.

Finalmente, *Verdad Abierta* incluyó entre sus organizaciones financiadoras, además del Open Society Institute, a National Endowment for Democracy en el 2011 y a Pax Christi de Holanda desde finales del 2010. Mientras que National Endowment for Democracy ayudó a contar con un editor y algunos periodistas en Antioquia para la elaboración de productos específicos ahora disponibles en la página, Pax Christi ha complementado la financiación de un periodista para continuar con el cubrimiento en Cauca y Nariño. Los fondos, entonces, aumentaron respecto al 2010 en la medida en que los financiadores se han mantenido y nuevos socios se han sumado al proyecto.

De la proyección institucional a las agendas de democracia y DDHH

Todos los proyectos de radio y web han aportado al posicionamiento y la capacidad comunicativa de las OSC en la medida en que les han dado visibilidad a sus agendas. Para ello, estos proyectos han exigido que estas organizaciones se ajusten a las particularidades de los formatos en

⁸ De 200 en 2010 a alrededor de 500 para el 2012, según su directora.

los que operan, y a las demandas de estilo y narrativa para salir de sus propios nichos institucionales a comunicar sus agendas en un nivel más amplio. Por ejemplo, Rocío Castañeda (2010) plantea que la transformación en el lenguaje fue un aspecto fundamental del proyecto *Rompecabezas*, ya que al principio fue muy ‘oenero’, esto es, más orientado desde los intereses de las ONG participantes y su agenda política que desde el periodismo. “Creo que sí sigue siendo un reto todos los días –porque todos los días abordamos un tema distinto– el lenguaje, cómo se baja, un lenguaje que sea muy cercano para la gente, o que la gente conecte con su experiencia vital”. Además de *Rompecabezas*, *Radio Diversia* implementó formatos de la radio comercial y un lenguaje dinámico para llegar a población LGBTI joven de diferentes estratos socioeconómicos, permitiendo que la propuesta “no sea pesada, ni ortodoxa ni mamerta” (Serrano, 2010). En el caso de “Trabajo decente”, la ENS buscó transformar un lenguaje tradicionalmente confrontacional y de acusación en uno más proactivo, de deliberación, generador de consensos, e incluir historias personales y experiencias laborales para alcanzar audiencias más amplias.

Los representantes de las experiencias estudiadas han afirmado una visibilización cualificada de las temáticas que trabajan sus organizaciones y su posicionamiento en la esfera pública, reflejadas en el acercamiento de sectores sociales implicados en las temáticas que tratan los proyectos. Productos radiales como *Andariegos* y *Rompecabezas* han acercado a otros sectores a las temáticas, incluyendo a la academia, otras organizaciones de la sociedad civil y el sector público. Además, estos proyectos han permitido que sus organizaciones se conviertan en referentes o que apoyen políticas públicas en los temas, como es el caso de la Fundación Radio Diversia, Aesco y la Fundación Oriéntame. Por ejemplo, Radio Diversia ha llevado a cabo proyectos de política pública LGTB con el Distrito, la Alcaldía de Fontibón y, más actualmente, el Fondo mundial de lucha contra el sida, la tuberculosis y la malaria para la lucha contra el Sida. *Andariegos* “ha servido, ha incidido, crea opinión, establece línea para las políticas públicas en el tema” (Ruge, 2012). Así mismo, a partir de *Una luz al amanecer* “no es que se hayan generado redes, sino que la red se apropió del tema; Oriéntame pertenece a muchas redes de organizaciones que trabajan el tema de mujer, de género, entonces la radionovela sí caló en ellas” (Ruiz, 2010).

Los proyectos web han contribuido también a una visibilización cualificada de las temáticas y a su posicionamiento en sectores institucionales, organizados y de opinión. Específicamente, el fomento del periodismo de investigación encuentra en *Zoom* una herramienta útil para su desarrollo. *Verdad Abierta* es una fuente de información para las víctimas y los fiscales involucrados en los procesos de Justicia y Paz. *Razón pública* ha sido un foro para el sector intelectual y académico, y su directora reporta que se ha consolidado como una plataforma de redes del conocimiento y un puente entre el pensamiento académico y los medios de comunicación nacionales e internacionales.⁹ “Trabajos decentes” se ha convertido en un mecanismo de comunicación fundamental con líderes sindicales y medios de comunicación. Así, estos proyectos han sido a su vez bancos de información que han enriquecido el trabajo de otros sectores institucionales, sociales, académicos y de opinión interesados en los temas dentro y fuera del país.

Proyectos como *Zoom*, “Trabajos decentes”, *Verdad Abierta* y “Más información más derechos” han generado acciones con horizonte político, de acuerdo con sus protagonistas: así, por ejemplo, *Zoom* ha reportado una mayor proactividad en el Congreso para publicar información; *Verdad abierta* sigue trabajando por constituirse en una suerte de comisión de la verdad *ad hoc*, tal y como apunta Carlos Prieto (2012); “Trabajos decentes” ha generado un proyecto de política pública, primero en Medellín y luego en otras ciudades, que ha sido discutida en foros sindicales y de gobierno, aunque como resultado de acciones de campaña que trascienden el uso exclusivo de la página web, y que se han reportado como bien recibidas gracias a un cambio en la agenda pública sobre temas sindicales,¹⁰ y, de manera similar, la Alianza Más información más derechos ha promovido en su segunda etapa discusiones en torno a la generación de una política públi-

9 Al respecto, su directora cuenta que *Razón Pública* se ha convertido en un referente clave para medios nacionales e internacionales como CNN y *Miami Herald*, en Estados Unidos, y medios en países como Brasil, Ecuador y Perú, lo que ha ampliado su baraja de fuentes en el cubrimiento de los temas. Igualmente, un indicador significativo al respecto es que de unas 50 referencias de los medios de comunicación a *Razón Pública* en el primer año, se pasó a unas 760 referencias en el 2011, de acuerdo a su directora.

10 Tal cambio se ha reflejado, primero, en un gobierno que ha tenido una agenda laboral y unos medios que han variado su discurso y aumentado su interés frente al tema, de acuerdo con la ENS. Segundo, hay una opinión pública más positiva frente al sindicalismo, según un estudio de Panel de Opinión (2011), en el que el tema sindical tiene una mejor imagen respecto al año anterior (de 48 a 50), en www.cifrasconceptos.com [fecha de consulta: 2 de enero de 2012]. Así mismo, ha habido un mayor número de movilizaciones ciudadanas por temas laborales.

ca en el tema de la libertad y el acceso a la información que pronto será debatido en el Congreso.

Conclusiones

El presente estudio ha explorado diez casos significativos de producciones comunicativas por parte de organizaciones de la sociedad civil en medios radiales e Internet para promover agendas de democracia y derechos humanos. En particular, se han explorado las motivaciones, recursos, lógicas organizacionales y formatos narrativos, así como los retos y alcances de estos proyectos.

Con respecto a la caracterización propuesta por Sampedro, Jerez-Novara *et al.* (2002), las experiencias consignadas responden de manera más cercana a OSC que, desde una actitud reformista, buscan mejoras incrementales a problemas sociales al interior o con el apoyo de estructuras económicas como fundaciones empresariales, sociales, educativas o eclesiásticas. En este sentido, tales organizaciones han desarrollado habilidades para generar productos comunicativos o medios propios en los que los formatos y lenguajes buscan, en la mayor parte de los casos, tender puentes con otros sectores sociales y generar redes de apoyo para sus agendas, a excepción de *Dachi Bedea* y *Radio Diversia*, en la práctica mucho más centrados en la comunicación desde y hacia sus propias comunidades.

Aunque la radio y la Internet han sido elegidas por las OSC para promover sus agendas por su bajo costo, accesibilidad y facilidad de uso, una mirada más detallada muestra que, como lo notan Sampedro, Jerez y López (2002), las OSC más cercanas a movimientos sociales de naturaleza más radical tienden a tener sus propios medios, mientras que aquellas organizaciones de una naturaleza más reformista y más cercanas a sectores institucionales tienen mayores posibilidades de establecer alianzas con medios tradicionales o alternativos. En el estudio, *Dachi Bedea* y *Radio Diversia* son medios autónomos en vez de programas diseminados por otros medios. Milton Piranga afirma la importancia del manejo autónomo de las tecnologías por parte de los pueblos indígenas desde la experiencia de *Dachi Bedea*:

Lo más importante, es hecho por los pueblos indígenas; muchos países dependen todavía de los líderes, que no son indígenas –asesores–, técnicamente, y hablan a nombre de los pueblos indígenas, en cambio en Colombia sí es hecho por los mismos pueblos indígenas y enfrentan como pueblos indígenas, es lo más importante (...) los pueblos indígenas queremos hacer, desde esa herramienta, es cómo hacer reconocer y respetar nuestros derechos y nuestros conocimientos tradicionales.

La mayor parte de los proyectos que intentan tender puentes con otros sectores sociales lo hacen con grupos de opinión como otras organizaciones implicadas en los temas, el sector académico, los medios y, en ocasiones, el sector público. En este sentido, Cottle (2009, p. 149) advierte la relación entre estos puentes y la sostenibilidad de los proyectos cuando afirma que “las agencias de apoyo ahora coexisten y compiten por atención mediática y fondos de donantes en un campo crecientemente superpoblado”. La creciente competencia respecto a fondos públicos y gubernamentales no sólo implica ‘envasar’ mensajes para los medios tradicionales, sino también el “desarrollo de campañas colaborativas entre medios y OSC y el uso personalizado de las nuevas tecnologías de la comunicación, las cuales están contribuyendo a la reconfiguración del poder comunicativo en el campo” (p. 157).

Así, proyectos como *Andariegos*, *Rompecabezas*, *Una luz al amanecer*, “Trabajo decente”, “Más información más derechos” y *Verdad Abierta* reportan haber atraído a otros sectores como la Iglesia, los medios, otras OSC y organizaciones gubernamentales. En consecuencia con lo planteado por Cottle (2009), estos sectores se han convertido a su vez en aliados potenciales de las OSC, ayudando a movilizar su agenda y estatus público, abriendo entonces posibilidades de obtener más recursos para operar.

En términos de la cualificación del debate público sobre los temas, los proyectos que han reportado una penetración mayor en medios de comunicación de referencia o dominantes han sido *Verdad Abierta*, *Razón Pública* y “Trabajos decentes”, dado que, como portales web, ofrecen información útil, actualizada y a profundidad de los temas que cubren. Mientras tanto, *Zoom* ha tenido acogida y participación como una herramienta de investigación en-

tre las redes de periodistas que forman parte de Consejo de Redacción. Los proyectos radiales *Rompecabezas*, *Una luz al amanecer* y *Verdad Abierta* han reportado una acogida particular en redes radiales ciudadanas y alternativas, lo cual se relaciona con las alianzas que estos proyectos han establecido para su propia difusión.

Pero más allá de los medios y sectores de opinión, el alcance de estos proyectos en términos de sus audiencias o usuarios es limitado. Además, la incidencia de estos proyectos con los ciudadanos frente a sus objetivos de democracia y derechos humanos no ha sido medida suficientemente, más allá del acercamiento ciudadano a las organizaciones o los productos comunicativos. En este último sentido, la presencia de los proyectos con la ciudadanía es mayor en los proyectos radiales que en las páginas web, lo cual confirma de alguna manera lo dicho al principio del presente artículo respecto a que la radio tiene una mayor capacidad de penetración cultural que otros medios.

Aunque la sociedad civil no organizada está incluida en las narrativas de estos programas, tienden a estarlo de manera relativamente asimétrica, en la medida en que las OSC tienden a ubicarse como mediadoras entre los tomadores de decisión y la población (potencialmente) afectada por los problemas. En este sentido, Milton Piranga, a cargo de *Dachi Bedea* hasta 2010, critica el hecho de que las ONG tiendan a remplazar o aplicar sus propias dinámicas y narrativas en relación con los sectores que desean representar. Un caso ilustrativo de tal mediación es *Una luz al amanecer*, en el que su protagonista es una trabajadora social que explica la ley y ayuda a empoderar a mujeres no informadas de bajos recursos que se ven forzadas a un aborto, mediando entre ellas y las instituciones en un barrio marginal. La trabajadora social es respetada, tiene acceso al conocimiento y representa a las instituciones detrás del programa (Fundación Oriéntame).

En otros proyectos, la sociedad civil no organizada es objeto y fuente de la información sin tener participación directa en el diseño de su contenido. Este es el caso de *Rompecabezas*, en el que historias de personas o encuestas son incluidas en el programa, y de “Trabajos decentes”,

que incluye videos sobre las experiencias de la gente en relación con sus condiciones laborales.

En relación con el norte político de los proyectos, y más allá de que los proyectos permitan a sus organizaciones convertirse en referentes de los temas, las mismas organizaciones motivan a veces la generación de políticas públicas, como es el caso de aquellas involucradas en “Trabajos decentes” y “Más información más derechos”. Además, las organizaciones también pueden participar con proyectos para el sector público, como la Fundación Radio Diversia, o en función de hacer conocer las iniciativas de política pública existentes, tal y como ocurre con *Una luz al amanecer* y *Verdad abierta*.

Sin embargo, no es claro cómo los proyectos han incidido directamente en la protección de los derechos que promueven, más allá de su difusión y sensibilización. Por ejemplo, y para el caso de “Trabajos decentes”, Juan Bernardo Rosado (2012) reporta un contexto de cambio estructural en el discurso gubernamental y la opinión pública que ha enmarcado la contribución del proyecto en posicionar la problemática:

El portal hace parte de una serie de actividades en el tema y ha sido bien recibido (...) hay un leve cambio en la agenda pública en temas sindicales, liderado por un gobierno que ha tenido en su agenda lo laboral. (...) Hicimos un estudio con 14 medios sobre cómo han cubierto el tema laboral y han variado su discurso positivamente. Hemos tenido más exigencia por parte de los medios durante este año, lo laboral aparece más en las noticias.

Con respecto a la sostenibilidad de los proyectos, esta dimensión influye también en sus posibilidades de alcance. Aunque los esquemas de autofinanciación contribuyen a una mayor independencia de los proyectos frente a otras agendas, generan una mayor inestabilidad respecto a su sostenibilidad y menor capacidad de conversación efectiva con otros sectores sociales. En el estudio, la mayor parte de los otros proyectos reporta haberse sostenido gracias a esquemas de alianzas y cooperación internacional, los cuales son variables y, en pocos casos, permanentes. Ninguna de las organizaciones estudiadas parece haber encontrado aún modelos que permitan a los proyectos asegurar su sostenibilidad e independencia frente a la

continua búsqueda de recursos para avanzar de un año al otro. Por un lado, el esquema de cooperación ha permitido unas relaciones más simétricas y mayor independencia con respecto a los intereses y agendas del sector privado, el sector público y los medios comerciales. Sin embargo, y como lo advierte Bobes (2010), las organizaciones de la sociedad civil se integran a redes jerárquicas transnacionales para su financiación, manteniendo un flujo de dependencia norte-sur en el que la financiación depende más de la habilidad para interpelar agendas e intereses estratégicos de las agencias internacionales de cooperación que de las necesidades propiamente locales. En el estudio, los proyectos enlazados con agendas de agencias multilaterales y gobiernos son *Una luz al amanecer* (International Planned Parenthood Federation), “Trabajos decentes” (OIT), “Más información más derechos” (Gobierno Británico) y *Andariegos* (Gobierno Español y OIM).

El riesgo de estos esquemas, como lo describe Kaldor (2005, pp. 38-39) radica en la dependencia de donantes particulares y en la consecuente distorsión de las misiones de estas organizaciones, lo cual se refleja en casos como los de *Radio Diversia*. El retiro del apoyo gubernamental, y la consecuente dependencia de fondos provenientes de una fundación multilateral de lucha contra el sida, de acuerdo con su director Carlos Serrano (2012), reorientó su énfasis de los derechos y la agenda política de la comunidad LGBTI a asuntos de autocuidado y prevención del sida en 2011.

Comentarios finales

Una limitación del estudio aquí reseñado tiene que ver con la dificultad de establecer la representatividad de sus conclusiones respecto al trabajo de todas las organizaciones de la sociedad civil en el país, debido a falta de información sistemática sobre la totalidad de producciones de este tipo en Colombia. Igualmente, y derivado de esto, surge la necesidad de seguir indagando sobre las transformaciones y ajustes de estas y otras organizaciones de este tipo para fortalecer el diagnóstico aquí ofrecido. Por otro lado, las entrevistas permitieron explorar de primera mano cómo los protagonistas de las producciones percibieron estos proyectos. Pero, tal y como anota Richards (1996, pp. 200-201), la naturaleza subjetiva de los puntos de vista condiciona la memoria de los acontecimientos a la necesidad de defender la propia repu-

tación. En ese sentido, la memoria de los entrevistados es parcialmente exitosa para acceder, por ejemplo, a indicadores precisos sobre la audiencia de los productos, cuando éstos existen. Además, el tiempo y la disponibilidad de algunos de los entrevistados fueron variables, lo que generó en algunos proyectos una mayor profundidad de las respuestas que en otros. Por último, aunque la recolección documental en páginas web fue muy útil para el reconocimiento de las instituciones involucradas así como para la identificación de producciones y su continuidad en el tiempo, la calidad y el nivel de actualización de los contenidos son variables, complementando en diferente medida la información brindada por los entrevistados.

Teniendo en cuenta estas salvedades metodológicas, la presente investigación ha pretendido aportar, a partir de la exploración de diferentes experiencias de producciones comunicativas por parte de las organizaciones de la sociedad civil en Colombia, a la identificación de problemáticas y aciertos que fortalezcan el uso de la comunicación en pro de las agendas de democracia y derechos humanos que estas organizaciones defienden.

Referencias

- Asociación Colombiana de Investigación de Medios (2011). Estudio General de Medios EGM. Estructura de Medios 1-2011 Estratos 1 al 6. Disponible en: http://www.acimcolombia.com/archivos/FILE_DOC_PUBLICACION/CIFRASEGM-JUNIO2011.pdf
- Alfaro, R. M. (2006). *Otra brújula. Innovaciones en comunicación y desarrollo*. Lima, Perú: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Oxfam Novib y EED.
- Austin, J. et al. (2005). *Alianzas sociales en América Latina. Enseñanzas extraídas de colaboraciones entre el sector privado y organizaciones de la sociedad civil*. Nueva York: IDB Bookstore.
- Bobes, V.-C. (2010). "De la revolución a la movilización. Confluencias de la sociedad civil y la democracia en América Latina". En: *Nueva Sociedad*, 227, pp. 32-50.

- Cadavid, A. (2009). "Evaluación cualitativa de radio audiencias por la paz en el Magdalena Medio colombiano". En: *Signo y Pensamiento*, 28 (54), pp. 276-299.
- Cottle, S. (2009). *Global Crisis Reporting. Journalism in the Global Age*. Berkshire, England: Open University Press, McGraw-Hill Education.
- Cytryblum, A. (2007). *Las ONG son noticia. Estrategias para optimizar las relaciones entre organizaciones sociales y medios de comunicación*. Buenos Aires: Periodismo Social and Fundación Telefónica.
- Del-Gizzo, F. y Rozengardt, A. (2005). "La sociedad civil y la sociedad de la información: lo local como eje de convergencia". En: Finquelievich, S. (ed.). *Desarrollo local en la sociedad de la información. Municipios e Internet* (pp. 73-95). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.
- Delli, M. (2004). "Mediating Democratic Engagement: The impact of Communications on Citizens' Involvement in Political and Civic Life". En: Kaid, L. L. (ed.). *Handbook of Political Communication Research* (pp. 395-434). Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gumucio, A. (2001). *Haciendo Olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social. Informe para la Fundación Rockefeller*. Nueva York, USA: The Rockefeller Foundation.
- Kaldor, M. (2005). *La sociedad civil global. Una respuesta a la guerra*. Barcelona: Tusquets Editores.
- King, G., Keohane, R. O. y Verba, S. (1994). *Designing Social Enquiry: Scientific Inference in Qualitative Research*. Princeton, Nueva Jersey: Princeton University Press.
- Martín-Nieto, R. (2007). "La comunicación web de las ONGD". En: *Signo y Pensamiento*, XXVI (51), pp. 130-136.

- MinTIC (2012). Boletín trimestral de las TIC. Cifras tercer trimestre de 2012. Bogotá: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- Montoya-Londoño, C. (2010). *Alianzas entre Medios de Comunicación y Organizaciones de la Sociedad Civil: Balances y propuestas para fortalecer la Democracia y los Derechos Humanos en América Latina*. Bogotá: Editorial Javeriana, Pontificia Universidad Javeriana, Alianza Medios y Democracia (Programa de Estudios de Periodismo PEP, Fundación AVINA, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano FNPI).
- MPP (2005). *Manual de capacitación para el manejo de la información periodística y acceso a los medios de comunicación*. Bogotá: Consejería de Proyectos de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, USAID.
- Rey, G. (2006). *Senderos, matices y bifurcaciones. Medios de comunicación y sociedad civil. Un diálogo necesario*. Presentado en Medios de Comunicación y Sociedad Civil, Un diálogo necesario, San Carlos de Bariloche. Disponible en: <http://74.125.113.132/search?q=cache:CiAI90PwU-4J:www.inforumpatagonia.net/libros/GR.doc+alianzas+medios+%2B+OSC&hl=en&ct=clnk&cd=1>
- Rey, G., Betancourt, J., DePaoli, M. y Alonso, F. (2008). *La otra cara de la libertad. La responsabilidad social empresarial en medios de comunicación de América Latina*. Bogotá: Fundación Nuevo Periodismo Latinoamericano.
- Richards, D. (1996). "Elite interviewing: Approaches and pitfalls". En: *Politics*, 16 (3), pp. 199-204.
- Rincón, O. et al. (2007). *Ya no es posible el silencio. Textos, experiencias y procesos de comunicación ciudadana*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina de la Friedrich Ebert Stiftung.

- Rodríguez, C. (ed.) (2008). *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina-Friedrich Ebert Stiftung.
- Sampedro, V., Jerez-Novara, A. y López-Rey, J. (2002). “ONG, medios de comunicación y visibilidad pública. La ciudadanía ante la mediación de los mensajes sociales”. En: Revilla-Blanco, M. (ed.). *Las ONG y la política* (pp. 251-285). Madrid: ITSMO.
- Tamayo, C., Delgado, J. y Penagos, J. (2007). *Hacer real lo virtual. Discursos del desarrollo, tecnologías e historia del Internet en Colombia*. Bogotá: CINEP.
- Valencia, J. C. (2008). “¿Qué está pasando con la radio colombiana?”. En: Pereira, J. M., Villadiego, M. y Sierra, L. I. (eds.). *Industrias culturales, músicas e identidades. Una mirada a las interdependencias entre medios de comunicación, sociedad y cultura* (pp. 89-110). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana y UNESCO.
- Villar, R. (2001). *El tercer sector en Colombia. Evolución, dimensión y tendencias* Bogotá: CCONG.
- Wolfsfeld, G. (1997). *Media and political conflict. News from the Middle East*. Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press.

Entrevistas

- Álvaro Ruge, Director AESCO, conversación telefónica, 27 de enero de 2012.
- Caleb Harris, incidencia y comunicación, CINEP, Programa por la Paz, conversación telefónica, 20 y 30 de enero de 2012.
- Camila Umaña, asistente ejecutiva de la Fundación Oriéntame, Ana María Ruiz, gerente de Brújula Comunicaciones y Janeth Pacheco, libretista y directora de *Una luz al amanecer*. Entrevista personal

realizada en la sede de la Fundación Oriéntame, Bogotá, 29 de abril de 2010.

Carlos Prieto, coordinador del área de Conflicto y Paz, Fundación Ideas para la Paz. Preguntas de seguimiento realizadas telefónicamente, 31 de enero de 2012.

Carlos Serrano Cares, director de la Fundación Radio Diversia. Cuestionario enviado por correo electrónico, respondido entre el 23 de marzo y 9 de abril de 2010. Preguntas de seguimiento realizadas personalmente, 31 de enero de 2012.

Emmanuel Vargas, asistente de la Secretaría Técnica de la *Alianza Más información más derechos*, Fundación para la Libertad de Prensa. Preguntas de seguimiento realizadas telefónicamente, 24 de enero de 2012.

Gerson Arias, coordinador del área de dinámicas de conflicto y negociaciones de paz, Fundación Ideas para la Paz, y codirector editorial de *Verdad Abierta*. Entrevista personal realizada en la sede de la Fundación Ideas para la Paz, Bogotá, 12 de marzo de 2010.

Gustavo Colorado, coordinador del Comité de Comunicaciones AESCO-Colombia y coordinador del programa *Andariegos*. Entrevista telefónica, 19 de abril de 2010.

Ingrid Manrique, Proyecto Antonio Nariño, asistente de la Secretaría Técnica a cargo de la parte operativa de la campaña “Más información más derechos”. Entrevista personal realizada en la sede de la Sede Fundación para la Libertad de Prensa FLIP, Bogotá, 12 de marzo de 2010.

Ismael Paredes, área de comunicaciones, ONIC, conversación telefónica, 27 de enero de 2012.

Juan Bernardo Rosado, director del área de comunicaciones, Escuela Nacional Sindical. Entrevista telefónica, 18 de abril de 2010. Preguntas de seguimiento realizadas telefónicamente, 24 de enero de 2012.

Maria Victoria Duque, subdirectora ejecutiva, *Razón Pública*. Entrevista personal realizada en la sede de *Razón Pública*, Bogotá, 25 de marzo de 2010, y conversación en la sede de *Razón Pública*, 27 de enero de 2012.

Milton Piranga, Koreguaje, responsable de la emisora digital *Dachi Bedea "Nuestra voz"*, ONIC. Entrevista personal realizada en la sede de la ONIC, Bogotá, 29 de mayo de 2010.

Miriam Forero, coordinadora de proyectos de Consejo de Redacción. Entrevista personal realizada en la sede de Consejo de Redacción, Bogotá, 21 de mayo de 2010, y preguntas de seguimiento, 24 de enero de 2012.

Rocío Castañeda, directora de Rompecabezas, asesora del Programa por la Paz y coordinadora de la Línea de Opinión Pública del Centro de Investigación y Educación Popular CINEP. Entrevista personal realizada en la sede de CINEP, Bogotá, 11 de marzo de 2010.