

Investigar la comunicación:

*entre prácticas, organizaciones,
territorios y medios*

Adriana Rodríguez Sánchez
Elva Mónica García Bustamante
Editoras

Investigar la comunicación: entre prácticas, organizaciones, territorios y medios

Adriana Rodríguez Sánchez
Elva Mónica García Bustamante
Editoras



Investigar la comunicación: entre prácticas, organizaciones, territorios y medios. / Adriana Rodríguez Sánchez y Elva Mónica García Bustamante, editoras. -- Bogotá D.C.: Acicom y Editorial Politécnico Grancolombiano. 2023.

174 p.: il; col. ; 16x23 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

ISBN: 978-958-56788-6-6 / eISBN: 978-958-56788-7-3

1. Comunicación – investigaciones -- Colombia 2. Comunicación social – Medios impresos
3. Comunicación local – Municipios -- Colombia I. Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano II. Asociación Colombiana de Investigadores en Comunicación – ACICOM III. Tit.

SCDD 302.239861

Co-BoIUP

Sistema Nacional de Bibliotecas - SISNAB Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano.

© Asociación Colombiana de Investigadores en Comunicación

© Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano

Investigar la comunicación: entre prácticas, organizaciones, territorios y medios

Primera edición, diciembre de 2023

ISBN: 978-958-56788-6-6

eISBN: 978-958-56788-7-3

<https://doi.org/10.15765/poli.v8i73.4173>

Editoras

Adriana Rodríguez Sánchez

Elva Mónica García Bustamante

Coordinación Académico

José Miguel Pereira González

Coordinación Editorial

Eduardo Norman Acevedo

Guillermo A. González T.

Corrección de estilo

Gustavo Patiño

Diseño y diagramación

Alejandra Espitia

Impresión

CMYK S.A.S., Diseño e impresos



ACICOM es una asociación de personas independientes que se dedican a la investigación en el campo de la comunicación, con el fin de contribuir a la producción de conocimiento y a la acción colectiva, desde la comunicación, a partir de una posición transdisciplinar, abierta a la diferencia y al pensamiento creativo.

ACICOM fue creada en 2012 y está conformada por investigadores e investigadoras en comunicación que buscan promover, fortalecer y desarrollar la investigación y facilitar procesos de diálogo e intercambio de conocimientos y saberes a escala nacional e internacional que contribuyan a la comprensión y la solución de las problemáticas sociales.

En el Consejo Directivo de ACICOM, entre 2019-2023, han participado los siguientes profesores e investigadores de varias regiones del país: Beatriz Elena Marín Ochoa, Julio Eduardo Benavides C., Jair Vega Casanova, Elva Mónica García Bustamante, Jorge Iván Jaramillo Hincapié, Martha Lucía Mejía, Gloria Inés Mestre López, José Miguel Pereira G., Adriana Rodríguez Sánchez, Jorge Iván Bonilla V., María Alejandra Olarte y Diego Polo Paredes.

ACICOM agradece a los autores y autoras de esta publicación y a sus editoras Adriana Rodríguez Sánchez y Elva Mónica García, por insistir y persistir. A Mireya Barón Pulido, del Politécnico Grancolombiano, por su gestión con la editorial. A Gustavo Patiño Díaz, por la corrección de estilo. A Jorge Iván Bonilla V., por los ajustes “express”. Así mismo y de manera especial, a Eduardo Norman Acevedo, director de la Editorial del Politécnico Grancolombiano, por apostarle a este proyecto de cooperación interinstitucional y a Guillermo González, analista de Producción Editorial del Poli, con quien trabajamos “muy sabroso”.

José Miguel Pereira G.
Secretario Académico
Coordinador Editorial
ACICOM

Comunicaciones con Acicom
🌐 Sitio Web: <https://acicom.co/>
✉ Correo: colombia.acic@gmail.com

Contenido

Prólogo

Beatriz Elena Marín Ochoa 7

Presentación

Elva Mónica García Bustamante y Adriana Rodríguez Sánchez 9

Prácticas comunicativas en colectivos de comunicación en Armenia, Quindío

Communicative practices in communication groups in Armenia, Quindío
Lucero Giraldo Marín 17

La comunicación en el escenario gubernamental, departamento de Risaralda, Colombia

Communication in the governmental scenario, Risaralda, Colombia
Elva Mónica García Bustamante 47

Medios escolares: aportes a la construcción del concepto

School media: contributions to the construction of the concept
Juan-Carlos Ceballos-Sepúlveda 71

Producción ecosostenible: el camino para una comunicación audiovisual comprometida

Eco-sustainable production: the path for a committed audiovisual communication
Martha C. Romero-Moreno y Eduardo Correa Barrios 95

Voces en los bordes de la historia

The voices at the edges of history
Jorge Iván Jaramillo Hincapié 115

Investigación sobre comunicación indígena en Colombia (2008-2019)

Research into Indigenous Communication in Colombia (2008-2019)
Adriana Rodríguez-Sánchez 143

Prólogo

La publicación de libros de investigación en Colombia, para muchos, transita por una vía que se dirige poco a poco hacia la desaparición de los textos de la denominada *producción de nuevo conocimiento* en el país. El Ministerio de Ciencias (Minciencias), por ejemplo, ha mantenido en los últimos años un pulso con los investigadores nacionales de diversas disciplinas en relación con la valoración de los libros como productos resultado de investigación argumentando que sin una amplia citación no pueden ser considerados como tal; por ahora han pesado más los argumentos de los investigadores y se ha logrado postergar la decisión, no sin antes dejar grandes reflexiones alrededor de lo que significaría la desaparición del libro por su carácter de objeto cultural y como fiel representación de la producción de nuevo conocimiento.

La Asociación Colombiana de investigadores en Comunicación considera que el libro, impreso o digital, debe continuar siendo un exponente de la producción de nuestros investigadores de las diferentes regiones de Colombia ya que en sus páginas se pueden evidenciar las dinámicas que se discuten en los claustros sobre un tema cambiante, visionario y comprometido con la sociedad como es la comunicación social y el periodismo. Por eso, hoy presentamos este libro resultado de seis investigaciones finalizadas durante la pandemia causada por el COVID-19. El camino ha sido un recorrido riguroso, exigente y comprometido de los investigadores de ACICOM y las editoras, quienes se responsabilizaron de llevar este proceso a feliz término.

Los invitamos a disfrutar de estas apuestas de docentes que en Armenia, Barranquilla, Bogotá, Medellín, Pereira y Cali creen en la magia de la imprenta, tradicional o digital, y por ello presentan sus ideas, conceptualizaciones, metodologías, resultados y análisis plasmados en una hoja de papel o en la interface de una pantalla que permitirá que su investigación trascienda las paredes institucionales de los centros académicos donde nacen sus ideas cada día.

Beatriz Elena Marín Ochoa¹

Presidenta

Asociación Colombiana de Investigadores en Comunicación

Acicom (2021-2023)

¹ Doctora en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona, Líder GI en Comunicación Urbana de la Universidad Pontificia Bolivariana. Email: beatrize.marin@upb.edu.co.

Presentación

Elva Mónica García Bustamante
Adriana Rodríguez Sánchez
Editoras

Este libro compila seis textos resultados de investigación realizados y sustentados por socios de la Asociación Colombiana de Investigación en Comunicación (Acicom)², constituida en el 2012, integrada por investigadores del campo de la comunicación de todo el país. La Asociación pretende promover, fortalecer y desarrollar la investigación y facilitar procesos de diálogo e intercambio a escala nacional e internacional. Asimismo, fomentar la discusión epistemológica, fortalecer la capacidad deliberativa y proponer agendas de investigación pertinentes para las regiones y el país.

En coherencia con estos fines, Acicom organiza cada año un encuentro nacional de investigadores y de semilleros de investigación que contribuye a compartir la producción de conocimiento y experiencias de comunicación que se desarrollan a nivel nacional y local, dado que cada uno de estos encuentros cuenta con la participación de investigadores de distintas regiones, universidades y colectivos del país. A la fecha se han efectuado seis encuentros nacionales:

1. *Balances y perspectivas de la comunicación en Colombia*, realizado con la Universidad del Norte, en Barranquilla, en el 2016 (Pereira & Marín, 2018a).
2. *Comunicación, conflicto y paz*, se organizó con la Universidad de Caldas, en Manizales, en el 2017 (Pereira & Marín, 2018b).

² Véase con respecto a Acicom: <https://www.acicom.co/>

3. *Relatos, narrativas y subjetividades. Formas de poder estar juntos*, en colaboración con la Universidad Autónoma de Bucaramanga, en el 2018 (Benavides & Pereira, 2022).
4. *Interculturalidad, comunicación y territorio, tejidos de poder en tensión*, con el liderazgo de la Universidad Comfacauca, Popayán, en el 2019.
5. *Comunicación e información en la sociedad de la incertidumbre, apuestas y desafíos para la acción social*, organizado con la Universidad Sergio Arboleda sede Santa Marta en el 2021.
6. *Comunicación, territorio y movimientos sociales*, llevado a cabo con la Universidad del Tolima, Ibagué, y la Universidad Surcolombiana, Neiva, en el 2022.

La tabla 1 consigna el número de ponencias aprobadas por cada grupo temático en los encuentros de Acicom.

Tabla 1. Número de ponencias aprobadas por grupo temático en los encuentros nacionales de Acicom (2016-2022)

Grupo temático	I encuentro (2016)	II encuentro (2017)	III encuentro (2018)	IV encuentro (2019)	V encuentro (2021)	VI encuentro (2022)	Total
Medios, TIC e industrias culturales	6	6	7	4	7	6	36
Comunicación, política y cambio social	8	10	11	15	10	14	47
Narrativas, discursos y lenguajes	6	9	8	7	6	11	9
Comunicación organizacional, publicidad y mercadeo	4	7	5	3	6	9	34

Continúa...

Grupo temático	I encuentro (2016)	II encuentro (2017)	III encuentro (2018)	IV encuentro (2019)	V encuentro (2021)	VI encuentro (2022)	Total
Comunicación y educación	7	7	10	8	11	10	53
Investigación, formación y profesiones ³	7	-	-	-	-	-	7
Prácticas de comunicación y procesos socioculturales	-	8	5	8	11	11	43
Estudios de periodismo	-	5	7	-	-	8	20
Epistemología, metodología y teorías	-	-	5	-	-	4	9
Comunicación, cuestiones étnicas, de género, rurales y migraciones	-	-	5	8	-	6	19
Totales	38	52	63	57	63	79	352
Ponencias / semilleros ⁴	-	8	6	-	-	5	19
Póster	-	13	18	-	-	25	56
Total	-	21	24	-	-	30	75

Fuente: elaboración propia.

3 Este grupo temático solo operó para la primera edición de los encuentros de Acicom. Posteriormente se fusionó con otros.

4 El número de ponencias de semilleros de investigación se define con anticipación para cada evento. Son seleccionadas las mejor evaluadas y cuya temática esté relacionada con los ejes principales del encuentro.

Estos encuentros permiten observar una gran diversidad de temáticas y objetos de estudio explorados y además cierto interés por las investigaciones relacionadas con la comunicación, política y cambio social; comunicación y educación, y narrativas, lenguajes y discursos. Esto hace que se constituya en un desafío delinear las trayectorias investigativas a partir de las propuestas presentadas; sin embargo, sí es posible destacar el papel que juegan estos eventos para revelar los intereses investigativos y permitir el diálogo sobre determinadas preguntas, enfoques teórico-metodológicos y resultados.

Con el fin de continuar aportando a la construcción de espacios para divulgar y compartir el conocimiento producido en el campo de la comunicación en el país, Acicom inicia en el 2020 un proyecto editorial que consiste en la elaboración de un libro colectivo con capítulos resultado de investigación de sus socios.

Para tal efecto, se realizó una convocatoria a nivel nacional en la que se recibieron 19 propuestas, de las cuales fueron seleccionadas nueve y, finalmente, seis autores enviaron el capítulo completo cumpliendo con los requerimientos establecidos: un texto inédito, resultado de un proceso de investigación, inscrito en uno de los grupos temáticos de Acicom y que resulta pertinente para el campo de la comunicación.

Los capítulos seleccionados se compartieron entre los autores y cada uno realizó aportes y comentarios a la propuesta de uno de sus colegas. Una vez se llevaron a cabo los ajustes y compilado los textos, el libro fue enviado a dos pares académicos para su evaluación. Con fundamento en las recomendaciones de los pares se llevaron a cabo nuevos ajustes a los capítulos.

Este libro no tiene un solo eje que aglutina la reflexión, sino que, por el contrario, recoge trabajos ubicados en diferentes grupos temáticos y con enfoques distintos para dar cuenta de la diversidad de intereses de la investigación en comunicación.

El capítulo *Prácticas comunicativas en colectivos de comunicación en Armenia, Quindío*, de Lucero Giraldo, estudia las estrategias comunicativas de cuatro colectivos que los une su interés en poner en la agen-

da pública situaciones de la vida social que les inquieta y brindar herramientas para que los ciudadanos tengan conciencia crítica de las decisiones de los diversos sujetos políticos.

Un primer aporte del texto es visibilizar el hacer comunicacional de los colectivos de la ciudad de Armenia, lo cual no es muy frecuente en el panorama nacional. La narrativa propuesta por la autora traslada al lector a las diversas cotidianidades propias de estas iniciativas, las vicisitudes entre perfilar su apuesta, fortalecer su mensaje y sostenerse como grupo de trabajo.

Comprender sus dinámicas es el segundo aporte de la investigación a la luz de los planteamientos de Manuel Castells, quien cataloga las prácticas entre legitimadoras, de resistencia y de proyectos. Y propone comprender las prácticas comunicativas a partir de los supuestos de que parten, las acciones que realizan, el propósito y las implicaciones sustentado en los estudios de Jair Vega (2015). Con ello, provee de categorías para abordaje de prácticas similares.

En el capítulo escrito por Mónica García, *La comunicación en el escenario gubernamental, departamento de Risaralda, Colombia, 2016-2019*, la investigación se pregunta por la gestión de la comunicación a partir de los lineamientos iniciales de planeación y calidad que surgieron en el sector público y condujeron a la transformación de oficinas de prensa a direcciones de comunicación. Con el Modelo Estándar de Control Interno (MECI) de 2005 se introduce la noción de comunicación pública en este sector.

En tanto que las normas sobre el particular han cambiado, el texto nos ayuda a entender este recorrido y el análisis lo desarrolla desde las bases dadas en el Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para Entidades del Estado (MCPOI) porque fue el sustento original, el cual plantea tres campos de actuación: organizacional, informativa y rendición de cuentas.

La investigación encontró que la comunicación se gestiona desde tres sistemas: uno orientado por las direcciones de comunicación, otro por las dependencias de control interno y el otro por las secretarías de Tecnología y de Calidad. Hace referencia a la campaña

permanente, concepto relacionado con el mandatario de turno, cuyas acciones se orientan a su sostenibilidad y consecución de sus votantes.

Preguntarse por el impacto ambiental en nuestro ejercicio comunicacional es poco frecuente. Los investigadores Martha Moreno y Eduardo Correa han titulado su capítulo *Producción ecosostenible: el camino para una comunicación audiovisual comprometida*. En él tratan las prácticas audiovisuales verdes o sustentables para identificar los procesos de producción audiovisual en los que se genera más cantidad de contaminantes.

Su base teórica se centró en la ecoeficiencia, el desarrollo sustentable, la acción razonada y los principios conceptuales de la comunicación, educación y medio ambiente. Apostaron por hacer un estudio exploratorio y aplicado cuya unidad de trabajo fueron tres entidades del Caribe colombiano: 6609 Films, Sunshine Media y Tres Hermanos. Acompañaron grabaciones para medir los índices de producción de carbono.

Este estudio se apoya en las políticas que se han derivado de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en concreto el objetivo 12, que trata sobre producción y consumo responsables. España ha sido líder en la promoción del denominado *green filming* o rodaje sostenible. Entre los resultados obtenidos se concluyó que las etapas de producción en las que se evidencian más emisiones de carbono son la producción y la posproducción, siendo esta última en la que más recursos energéticos se gastan.

El capítulo *Medios escolares: aportes a la construcción del concepto*, de Juan Carlos Ceballos, expone los resultados de una indagación sobre las concepciones de estudiantes y profesores acerca de los medios escolares, la educación, la comunicación y la información. Se sustenta teóricamente con los postulados sobre *comunicación/educación* de Jorge Huergo, la *educación problematizadora* de Paulo Freire y la *pedagogía crítica* desde la visión de Henry Giroux.

A partir de entrevistas y grupos focales se contrastan las visiones o puntos de vista distintos de estudiantes y profesores de dos instituciones educativas, una privada y otra pública de la ciudad de Mede-

llín, sobre los medios escolares y las categorías asociadas. Se examina la manera como las ideas de estos grupos permean la forma en que se desarrollan estos proyectos mediáticos. Se destaca que este tipo de medios no solo son concebidos como herramientas o instrumentos, sino como espacios para el diálogo, la expresión y participación de estudiantes.

El capítulo de Jorge Iván Jaramillo, *Voces en los bordes de la historia*, expone un balance de las ponencias presentadas en los últimos tres encuentros nacionales de Acicom en el grupo temático denominado *Comunicación, cuestiones étnicas, de género, rurales y migraciones*. Se destacan dos ejes de reflexión: la relación de los medios de comunicación y los grupos, colectivos y movimientos sociales, así como sus estrategias de resistencia. Un conjunto de ponencias explora la manera como los medios representan a diferentes grupos y se observa una constante, tienden a invisibilizarlos o a reproducir estereotipos o prejuicios. Otras ponencias proponen una discusión sobre las estrategias de estos grupos para enfrentarse a los proyectos mineros, a las corporaciones y al Estado, en contextos de conflictividad social. Estas ponencias evidencian la relación entre las prácticas comunicativas y los procesos de resistencia y de afirmación identitaria.

El capítulo *Investigación sobre comunicación indígena en Colombia (2008-2019)*, de Adriana Rodríguez, presenta una revisión de literatura que permite identificar tendencias, preguntas, metodologías de la investigación sobre comunicación indígena en el país. Se describen estudios sobre la radio indígena, el periodismo y la representación de lo indígena, la producción audiovisual, el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones y la comunicación propia. Estos trabajos tienden a ofrecer una reflexión en relación con cuatro categorías: memoria, identidad, representación y resistencia. Se evidencia el tránsito de la investigación sobre los medios de comunicación hacia las prácticas de comunicación ancestrales, hacia la comunicación propia.

Referencias

- Benavides, J. E., & Pereira, J. M. (Editores). (2022). Relatos, narrativas y subjetividades. Formas de poder estar juntos. Libro de resúmenes. En *III Encuentro de la Asociación Colombiana de Investigadores*. Editorial Acicom.
- Pereira, J. M., & Marín, B. E. (Editores). (2018a). Balances y perspectivas de la investigación en comunicación en Colombia. Libro de resúmenes. En *I Encuentro de la Asociación Colombiana de Investigadores*. Editorial Acicom.
- Pereira, J. M., & Marín, B. E. (Editores). (2018b). Comunicación, conflicto y construcción de paz. Libro de resúmenes. En *II Encuentro de la Asociación Colombiana de Investigadores*. Editorial Acicom.

Prácticas comunicativas en colectivos de comunicación en Armenia, Quindío*

Communicative practices in communication groups in Armenia, Quindio

Lucero Giraldo Marín⁵

Resumen

El proyecto de investigación tuvo como objetivo general *Caracterizar las prácticas comunicativas de colectivos de comunicación en Armenia, Quindío*, y como objetivos específicos identificar las estrategias comunicativas que implementan estas prácticas, determinar el propósito que encarnan sus prácticas comunicativas y reconocer las implicaciones que estas prácticas tienen.

Se estudiaron cuatro colectivos; el análisis de sus prácticas se realizó tomando como referencia los criterios sugeridos por Vega (2015) y la propuesta de Castells (1999), quien cataloga las prácticas comunicativas como *legitimadoras, de resistencia y de proyectos*. Para identificar

* Este capítulo es resultado del proyecto Caracterización de las prácticas comunicativas en colectivos de comunicación en Armenia, Quindío realizado en 2020 y avalado por la Universidad del Quindío.

⁵ Licenciada en Ciencias Sociales, Magíster en Comunicación Educativa de la Universidad Tecnológica de Pereira. Docente Investigadora del Programa de Comunicación social-Periodismo de la Universidad del Quindío e integrante del Grupo de Investigación Cinedades de Uniquindio. Correo institucional: lgiraldo@uniquindio.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9200-2625>

las estrategias de comunicación se tuvieron en cuenta los parámetros establecidos por Massoni(2016).

Se encontró que los colectivos que se orientan hacia prácticas comunicativas *proyecto* buscan poner en la agenda pública situaciones de la vida social que les inquietan, y quienes se orientan hacia prácticas comunicativas *de resistencia* ponen en circulación discursos contrarios a los hegemónicos. No se estudiaron colectivos con *prácticas comunicativas legitimadoras*.

El principal aporte en las formas de hacer comunicación de los colectivos y de contribuir al cambio social consiste en facilitar el ejercicio del derecho a la comunicación a quienes, según su criterio, no lo tienen.

Todos los colectivos aspiran a brindar argumentos para que los ciudadanos adquieran conciencia crítica ante las decisiones de los gobernantes o para que se entusiasmen con prácticas sociales ambientalmente sostenibles o de reconocimiento y solidaridad con minorías o grupos vulnerables. El propósito de cambio social obtuvo mayor acogida cuando lograron articularse con diferentes actores sociales.

Palabras clave: práctica, comunicación, colectivo

Abstract

The research project had as a general objective to characterize the communicative practices of communication groups in Armenia, Quindío, and as specific objectives: to identify the communicative strategies that they implement, determine the purpose that their communicative practices embody and recognize the implications that these practices have in them.

Four groups were studied, and the analysis of their practices was carried out taking as a reference the criteria suggested by Vega (2015), and the proposal by Castells (1999), who classifies communicative practices as legitimizing, resistance and projects. To identify the communication strategies, the parameters established by Massoni (2016) were taken into account.

It was found that the groups that are oriented towards communicative project practices seek to put situations of social life that concern them on the public agenda, and those who are oriented towards communicative practices of resistance put into circulation discourses contrary to the hegemonic ones. Groups with legitimizing communicative practices were not studied.

The main contribution in the forms of making communication of the groups and of contributing to social change consists on facilitating the exercise of the right to communication to those who, according to their criteria, do not have it.

All groups aspire to provide arguments for citizens to acquire critical awareness of the decisions of the rulers and/or to become enthusiastic about environmentally sustainable social practices or recognition and solidarity with minorities or vulnerable groups. The purpose of social change obtained greater acceptance when they managed to articulate with different social actors.

Key Words: practice, communication, collective

Introducción

El desencanto con la sociedad de consumo, sus valores y los impactos sobre todas las formas de vida en el planeta ha llevado a que diferentes grupos sociales trabajen por fomentar actitudes personales y colectivas que ayuden a superar los retos que enfrenta la sociedad en el mundo actual. Esos debates y asuntos convocan a multitudes o pequeños grupos y los impulsan a desarrollar acciones para transformar la percepción de realidad.

Para Martín-Barbero (2005) se asiste “[...] a una multiplicación de movimientos en busca de institucionalidades otras, capaces de dar forma a las pulsiones y desplazamientos de la ciudadanía hacia el ámbito de lo cultural y del plano de la representación al del reconocimiento instituyente” (p. 35).

Entre estos grupos, unión de los sectores sociales y campesinos, se encuentran los colectivos de comunicación que, según Burch

(2008, como se citó en Polo, 2017), en algunos casos se presentan como “movimientos de resistencia comunicacional muy diversos, y en ellos aparecen medios alternativos, [...] y campañas para apropiarse el derecho a la comunicación” (p. 337), visibilizar identidades de minorías y defender lo público.

Sus concepciones sobre esa tarea se manifiestan en prácticas sociales, denominadas aquí prácticas comunicativas, porque a través de estrategias comunicativas construyen la red narrativa con la que intentan dar cuenta de las diferentes situaciones sociales en las que se desenvuelven y sobre cómo afrontarlas.

En esa trama, manifiestan los sueños de futuro, los imaginarios, las utopías, las explicaciones sobre lo que sucede y los argumentos con que se construye el deber ser y el “nosotros”, de donde puede colegirse que las prácticas comunicativas están permeadas por todas las dimensiones de la cultura, lo que da cuenta de su complejidad y de la necesidad de abordarlas desde la cultura porque, en caso contrario, quedarían reducidas a asuntos técnicos o mediáticos. Hay que tener en cuenta, de acuerdo con Uranga (2007), que

La cultura puede definirse de igual manera como el entretrejo simbólico de procesos comunicacionales, en los discursos, en los mitos y los ritos que le van dando forma y a través de los cuales esa cultura cobra materialidad. De allí también a la hora de analizar los sujetos sociales desde la comunicación se hace imprescindible recurrir a estas manifestaciones materiales de lo simbólico. Así una comunidad se expresa en sus manifestaciones artísticas, en luchas, en prácticas reivindicativas, pero también puede hacerlo en sus formas asociativas, en sus certezas y en sus expresiones religiosas, entre otras. De la misma manera el lenguaje es soporte de la cultura, en tanto y en cuanto es un vínculo para expresarse y ser ante los demás. (pp. 11-12)

Como tal, la cultura es un escenario de conflicto donde permanentemente se está disputando la representación de lo real, de ahí la importancia de reconocer las luchas de los grupos no hegemónicos

por incorporar nuevos sentidos con relación al desarrollo, el territorio, la justicia, etc. Para Torrico (2016, como se citó en Polo, 2017),

[...] es oportuno actualizar el vínculo entre comunicación y liberación, fundamentándolo no sólo desde la emancipación colectiva, que es especialmente económica, política y cultural, sino también a partir de la dimensión personal y de grupo, es decir, una liberación de y por la palabra. (p. 336)

Sin embargo, un asunto relevante que se tuvo en cuenta en este estudio fue que las formas de reacción de las comunidades ante las dificultades que enfrentan son de amplio espectro y van desde aquellas que ponen en riesgo la democracia hasta las que de manera decidida luchan por su fortalecimiento y por la sostenibilidad social y ambiental. Ni las prácticas ni los colectivos son homogéneos, ni sus posturas alternativas se orientan a lo mismo, ni lo participativo significa que sus productos comunicativos están hechos por todos los integrantes del proceso.

Como diversos autores lo han planteado, lo comunitario no se puede idealizar porque no todas las comunidades están preparadas para participar ni tienen suficiente claridad sobre sus intereses o la forma de conseguirlos. Muchas veces sus expresiones no están mediadas por el indispensable paso de la reflexión previa y sus liderazgos no siempre son legítimos y democráticos.

Una diferenciación muy importante que aparece es que no todos los medios o procesos de comunicación locales, aunque sean producidos por una comunidad específica –bien sea niños, niñas, jóvenes, o cualquier otra perspectiva adulta, lo cual sociológicamente los pudiese ubicar como comunitarios–, surgen necesariamente con el propósito de ser alternativos o transformadores, ni la lógica con la que se producen los lleva necesariamente a ello. (Vega, 2015, p. 222)

Además de ello, se tiene claridad de que las prácticas sociales no son solamente comunicacionales y que una perspectiva comunicacional, por sí sola, no es suficiente para entender la complejidad de la realidad social sin el aporte de otras disciplinas. Pero teniendo en cuenta que lo comunicativo hace posible el entramado cultural, aunque en este estudio no se profundiza en la problemática social como tal ni en la situación organizacional de cada colectivo, se hace un esfuerzo por evidenciar la acción transformadora de los sujetos en su lucha por establecer nuevos simbolismos para la construcción de un futuro compartido.

En ese orden de ideas, el objetivo de la investigación se orientó a caracterizar las prácticas comunicativas de colectivos de comunicación activos en Armenia, Quindío, durante los años 2017 y 2018, lo que se realizó desde la identificación del propósito y las implicaciones que tienen las estrategias comunicativas que implementan y con lo cual se pretendió realizar aportes conceptuales y metodológicos que faciliten la sinergia necesaria entre la academia y la “realidad” que viven, perciben y luchan los ciudadanos.

Enfoque teórico-conceptual

Comunicación, prácticas sociales y prácticas comunicativas

Las prácticas sociales son un conjunto de elementos ideológicos o materiales que se visibilizan mediante comportamientos culturales como rituales, rutinas, procedimientos, actividades. Esos comportamientos, generalmente, tienen un carácter sistemático heredado del cual, muchas veces, quienes los ejecutan no están conscientes porque se presentan de manera dispersa a pesar de su fluidez y coherencia (Vega, 2015). Pero allí, en las experiencias grupales, los individuos construyen su identidad y los significados con los que se enfrentan a diferentes situaciones.

De esa manera, las prácticas sociales dan cuenta de las relaciones de poder y de las posiciones políticas, que son, en última instan-

cia, las que le dan forma a la dimensión comunicativa de estas prácticas, puesto que, cuando se comparten en los sentidos, se ponen en disputa las formas de entenderse y entender el mundo con sus diferencias, consensos y contradicciones. No obstante, hay que resaltar, como lo afirma Uranga (2007), que

[...] Las prácticas sociales son también los no dichos, las estrategias de silencio, las resistencias. Todas ellas, las enunciadas y las que no lo son, se dan en un marco de condiciones de formulación y posibilidad que le dan encuadres y marcos de referencia. De todo ello se componen las prácticas sociales. (p. 1)

Por lo tanto, es en el mundo de la vida donde opera la praxis comunicativa, y en la reflexión sobre esas prácticas pueden identificarse puntos de ruptura frente a discursos hegemónicos. En ese sentido, las prácticas comunicativas se entienden como manifestaciones de los individuos convertidos en sujetos políticos que responden a un marco de posibilidades de una determinada estructura social.

Esto es, en cada campo en el cual se desarrolla una experiencia comunicativa, los actores de la experiencia desarrollan un conjunto de acciones prácticas que lejos de ser aisladas o espontáneas, son producto de una lógica de acción, que, si bien no es orquestada de manera intencional en cada caso, hace parte de un conjunto de disposiciones del sistema en el cual se desenvuelven y legitiman la posición que asume el actor al interior del campo. (Vega, 2015, p. 226)

Ahora bien, las prácticas comunicativas cambian a medida que la sociedad desarrolla nuevas tecnologías. Los sistemas tecnológicos no solo se construyen socialmente, sino que, después de que han sido apropiados, terminan por imponer límites gracias a su diseño y al uso que socialmente se les da; en otras palabras, la sociedad construye la tecnología y también se produce una construcción tecnológica de aquella, lo que genera, a su vez, nuevas ritualidades y nuevas necesi-

dades, como las que observamos hoy con el predominio de las redes sociales y la comunicación a través de internet.

En ese contexto tecnológico y en el marco de un capitalismo liberal, Castells (1999) cataloga las prácticas comunicativas como *legitimadoras, de resistencia y de proyecto*, clasificación que, de acuerdo con Vega (2015), están asociadas con los tres paradigmas que tradicionalmente se han utilizado para clasificar formas comunicativas de intervención social. Esa fue la clasificación que se utilizó en esta investigación para caracterizar las prácticas de los colectivos de comunicación.

Las prácticas comunicativas legitimadoras se enmarcan en el ejercicio del paradigma dominante en el sentido de que son impulsadas por las instituciones sociales “para extender y racionalizar su dominación frente a los actores sociales” (Vega, 2015, p. 226).

El paradigma dominante se caracteriza por entender la comunicación de manera vertical, cuyo papel principal es la difusión de innovaciones, información o discursos acordes con el modelo económico. Se parte de la convicción de que unos países son los que tienen el conocimiento y la “verdad” sobre el mundo que nos rodea y son ellos los encargados de “civilizar” a los mal llamados países en vías de desarrollo. Es una comunicación etnocéntrica, impuesta, que no tiene en cuenta el contexto, la cultura, el conocimiento o las necesidades reales de las comunidades a partir de procesos de participación.

En segundo lugar, están las *prácticas comunicativas de resistencia*, que son las

[...] generadas por aquellos actores que se encuentran en posiciones/condiciones devaluadas o estigmatizadas por la lógica de la dominación por lo que construyen trincheras de resistencia y supervivencia basándose en principios diferentes u opuestos a los que impregnan las instituciones de la sociedad. (Vega, 2015, p. 226)

Estas se enmarcan en el paradigma de la dependencia, muy en sintonía con la Escuela Latinoamericana de la Comunicación, que se centra en la denuncia de la utilización de la comunicación y los medios como instrumentos de poder, así como de la concentración de

estos y el poco acceso de las comunidades a canales de comunicación que les permitan expresarse desde ellas mismas. Bajo esa certeza, se busca implementar procesos comunicativos que contribuyan a fijar contradiscursos a los valores e imaginarios de la cultura dominante. Este paradigma es criticado por la sobredimensión de los alcances de la participación y la organización de los sectores populares y por solo reconocer, en la pobreza de los países del sur global, causas externas.

Finalmente, están *las prácticas comunicativas proyecto* “cuando los actores sociales, basándose en los materiales culturales de que disponen” construyen propuestas comunicativas “que redefinen su posición en la sociedad y, al hacerlo, buscan la transformación de toda la estructura social” (Vega, 2015, p. 226).

Estas se enmarcan en el paradigma alternativo, que busca una comunicación horizontal, de doble vía, en el que los actores de la comunicación tienen mucho que comunicar y cuentan con las posibilidades reales de hacerlo. Busca el empoderamiento de los sujetos que participan en el proceso comunicativo para que cada comunidad construya y exprese su visión del pasado, el presente y el futuro. “Estas producen sujetos, los cuales Castells entiende, a la manera de Touraine (1995), como actores sociales colectivos mediante los cuales los individuos alcanzan un sentido holístico de su experiencia” (Vega, 2015, p. 226).

Los colectivos de comunicación

Vega (2015) identifica los *colectivos de comunicación* como aquellos que realizan procesos de comunicación “nucleados alrededor de la producción audiovisual, la creación artística, o la divulgación comunitaria del cine o del vídeo” (p. 221), pero precisa, citando a Rodríguez (2001), que los procesos comunicativos, en el ámbito comunitario, hacen referencia a “los procesos culturales y sociales que se desencadenan cuando las comunidades locales se apropian de las tecnologías de información y comunicación” (p. 222) y les dan a estas tecnologías el carácter de *medios ciudadanos*, entendidos como

[...] los medios alternativos, comunitarios o radicales que facilitan, desencadenan y mantienen procesos de construcción de ciudadanía, en el sentido del término empleado por Mouffe, [...esto es] aquellos que promueven procesos simbólicos que le permiten a la gente designar y expresar el mundo en sus propios términos. (Rodríguez, 2009, como se citó en Vega, 2015, p. 222)

Con base en lo anterior, y de acuerdo con los intereses de esta investigación, se reconocieron como *colectivos de comunicación* a las organizaciones de la sociedad civil que impulsan procesos culturales y sociales a través de la producción o la difusión artística o audiovisual, para facilitar procesos de construcción de ciudadanía.

Estos grupos se identifican con el compromiso social y el trabajo solidario y promueven una producción colectiva del conocimiento para poner en debate la visión de futuro. El asunto que los convoca es la transformación no solo de los hechos sociales, sino de las percepciones que las personas y los colectivos tienen sobre estos hechos. Es decir, se actúa comunicativamente sobre el sentido de las prácticas sociales para transformarlas.

Además de verificar que un colectivo tuviera como eje de acción las prácticas comunicativas, los requisitos para incluirlo en este estudio fueron los siguientes:

- Que no dependieran para su ejercicio de la institucionalidad oficial, o sea que no desarrollaran sus prácticas comunicativas para cumplir con los intereses de esta. Este requisito excluyó del estudio a las organizaciones con prácticas comunicativas *legitimadoras* por el interés de investigar colectivos de iniciativa ciudadana que permitieran identificar lógicas discursivas diferentes a las oficiales o hegemónicas.
- Que no fueran medios utilizados como propaganda de grupos políticos.

Ahora bien, la expresión *material de las prácticas comunicativas* se da a través de estrategias comunicativas que, como “dispositivos de inteligibilidad y a la vez de interpelación de lo real en dimensiones múltiples” (Massoni, 2016, p. 184), son la forma en que los colectivos

fortalecen la trama social y aprovechan el capital social y cultural de quienes participan en la experiencia y son beneficiarios de ella.

La estrategia comunicacional no es una fórmula de verdad. No es un plan elaborado para ser aplicado, sino un dispositivo flexible y especialmente atento a lo situacional en tanto espacio fluido, en tanto lugar habitado en el que coexisten las alteridades socioculturales. (Massoni, 2016, p. 184)

Estas estrategias tienen soporte en imágenes, escritos, sonidos, etc., y su estudio, con base en los criterios propuestos Massoni (2016), que se presentan más adelante, fue el camino escogido para completar y detallar la caracterización de las prácticas comunicativas.

Metodología

La investigación tuvo un enfoque cualitativo con alcance descriptivo-interpretativo Hernández et al. (2010), porque se interesó por conocer cómo expresan los sujetos su visión de mundo y cómo se vincula esa visión con las prácticas comunicativas que emprenden.

Como técnica de investigación se utilizó la entrevista semiestructurada a líderes e integrantes de cada colectivo –en total nueve– y la observación de los productos comunicativos. Con la información recolectada se procedió a identificar los cuatro aspectos propuestos por Vega (2015) para definir el tipo de práctica: 1) los supuestos de los cuales parten, incluyendo el tipo de sujeto interlocutor que conciben; 2) las prácticas que desarrollan; 3) el propósito que encarnan las prácticas, y finalmente 4) las implicaciones que estas prácticas tienen (p. 222). Esta identificación permitió clasificar las prácticas comunicativas como *legitimadoras*, *de resistencia*, o *de proyecto*, categorías previamente establecidas y explicadas en el marco conceptual.

Para el estudio de las estrategias de comunicación se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos:

- **Audiencias:** Público en general, niños, jóvenes, etnias, comunidades específicas.
- **Dimensión comunicacional:** Informativa, interaccional, ideológica, comunicacional.
- **Proceso comunicacional:** Información, sensibilización, participación, encuentro sociocultural.
- **Modos y formas de comunicación usados:** Congresos, cursos, contacto interpersonal, diarios nacionales, regionales; publicaciones, revistas (medios gráficos), radio, talleres, televisión, internet, videos, etc. (Massoni, 2016, p. 93).

La muestra de las estrategias comunicativas estuvo compuesta por los materiales expuestos por cada colectivo en las páginas web.

De los colectivos activos, en la ciudad de Armenia, durante los años 2017 y 2018, se logró estudiar a cuatro de ellos: *Marcha Carnaval de Armenia* y *el Quindío*, *Buena Gente Periódico*, *Lo que Calla la Calle* y *Ondamoderna.com*, porque encajaban en los criterios establecidos, se contactaron con facilidad y tuvieron disponibilidad para participar en la investigación.

Resultados

Colectivo marcha carnaval de Armenia y el Quindío

Descripción de la propuesta comunicativa

En marzo del 2016, los integrantes de la Escuela Círculo de Fuego y Unidad⁶ se propusieron acompañar la Marcha Carnaval en Ibagué y

⁶ El Círculo de Fuego es una organización pluralista, sin ningún tipo de partidismo político ni religioso; sus integrantes, a título personal o como líderes ambientales, sociales o representantes de organizaciones, hacen trabajo comunitario para el fortalecimiento del tejido social alrededor de intereses como el mercado agroecológico, la custodia de semillas o las escuelas agroecológicas y en el que el componente espiritual es muy importante y está ligado con la tierra.

organizar una para Armenia y el Quindío bajo la consigna “Somos vida, somos agua, somos territorio entonces, vamos a carnavalear por el territorio, con la alegría de los colores, de la multiplicidad, de la multiculturalidad” (Paula de las Estrellas Beltrán H., comunicación personal, 14 de agosto de 2017). Sin embargo, la marcha no estuvo liderada por una sola organización, sino que se constituyó de manera espontánea por lazos de amistad y fraternidad que propiciaron el acuerdo para llevarla a cabo.

Bajo esa consigna se realizó la primera Marcha Carnaval de Armenia y el Quindío, el 2 de junio del 2016, con la asistencia de más o menos doce mil personas, lo que la convirtió en una movilización social sin precedentes en el departamento. Posteriormente se han organizado otras marchas, en especial la de junio del 2018, que se analiza en este estudio, se caracterizó por ser un proceso muy bien planeado. A través de Facebook y con variadas estrategias comunicativas, se convocó a las movilizaciones y se estructuró un plan de comunicaciones con un importante cubrimiento a nivel local y nacional.

Un eje importante de ese plan fueron los comunicados en los medios comerciales, al igual que *clips* con figuras públicas y artistas nacionales, como Andrea Echeverry, en los que se invitaba a la marcha y se explicaba por qué se realizaba. Se pusieron en circulación *hashtags*, e intelectuales como William Ospina y políticos como Gustavo Petro hicieron pronunciamientos a favor de la marcha, así como personajes emblemáticos a nivel local. También se realizaron cápsulas informativas y se elaboró una cartilla con ilustraciones que resaltaban el valor del territorio en términos biológicos y culturales, el impacto de la megaminería y el marco legal de las consultas populares.

El mensaje en estos productos comunicativos fue un Sí a la vida y un No a la mina, bajo el convencimiento de que más allá de los supuestos beneficios en la generación de empleo y desarrollo regional que ofrecían las multinacionales mineras, las comunidades y la región tenían mucho que ofrecer en productividad desde su vocación agrícola tradicional y desde la protección de las selvas, los suelos y el agua. De igual manera, se procuró llegar a los gobernantes a través de

expresiones culturales que logran transmitir el sentido de vida que se quería defender y para hacer un llamado a tener en cuenta la visión de futuro de amplios sectores de la comunidad.



Tomado de <https://180gradosquindio.com/3ra-marcha-carnaval-en-defensa-de-la-vida-el-agua-y-el-territorio-este-viernes-8-de-junio/>

Además de las marchas, el colectivo, junto con otras organizaciones de la región e incluso extranjeras, apoyó la consulta popular en el municipio de Pijao, que fue el primero, en el departamento, en decirle no a la minería mediante ese instrumento de participación. En este municipio, en particular, se llevó a cabo una labor pedagógica con la comunidad para dar a conocer todas las implicaciones de la megaminería y los alcances de la consulta popular.

El colectivo continúa con su labor socializando experiencias e historias de vida que proponen formas diferentes de acercarse a los ecosistemas. Hacen énfasis en las prácticas comunitarias como forma de relación social y acompañan otras luchas de carácter socioambiental en municipios y veredas del departamento del Quindío y en movimientos de cobertura nacional que impulsan consultas populares en contra del extractivismo minero.

Análisis de la estrategia comunicativa

La práctica de Marcha Carnaval de Armenia y el Quindío se enmarca en las *Prácticas Comunicativas de Resistencia*. Este colectivo surge en un contexto social en el que, en el país y en el mundo, se dan importantes movilizaciones de organizaciones de la sociedad civil que luchan en contra de los megaproyectos mineros por los impactos sociales y ambientales que ocasionan en los territorios.

Lo alternativo de su forma de resistencia comunicativa estuvo en el mensaje. El discurso del colectivo, así como el de otras voces disidentes, dio cuenta de la lucha de sentidos a través de procesos de reconocimiento, interpelación, reinterpretación, oposición o validación de los argumentos alrededor del tema minero y, en general, ambiental.

Todas las *prácticas comunicativas* que implementaron tenían el propósito de fomentar la participación ciudadana. Invitaron a los ciudadanos a la creación de redes y a que se manifestaran, desde sus organizaciones y desde su individualidad, no solo contra la megaminería, sino para poner en circulación experiencias en busca del *buen vivir*.⁷

Las estrategias comunicativas se caracterizaron por su gran variedad, algunas segmentadas por audiencias y por privilegiar las manifestaciones artísticas como la forma de expresión de sus demandas ambientales y sociales.

El *impacto* de las prácticas comunicativas de las *Marchas Carnaval*, tanto en el Tolima como en el Quindío, se hizo evidente en la gran acogida y respaldo que obtuvieron en la defensa de la autonomía de estos territorios, cuyas tradiciones culturales y vocaciones productivas están en conflicto con las intenciones extractivistas de los ecosistemas.

Su *propuesta comunicativa* llega a todo tipo de audiencias y al público en general, muy especialmente a los jóvenes, y a una amplia

⁷ Concepto entendido por el colectivo como un proceso de transformación social bajo cosmovisiones y prácticas ancestrales y una nueva ética de relación con los bienes ambientales, las comunidades y el territorio.

variedad de organizaciones y comunidades específicas. La *dimensión comunicacional* es fundamentalmente *interaccional*, se fomentan el diálogo, la amistad y la fraternidad como base para llevar a cabo su propósito.

El *componente ideológico* de su práctica está muy relacionado con los movimientos que invitan a un giro epistémico que rescate los legados culturales sostenibles, que descolonice los conceptos de “desarrollo” y de “naturaleza” y que supere la racionalidad moderna que conlleva la dicotomía sociedad-naturaleza.

El *proceso comunicacional* incluye la información, sensibilización, participación y encuentro sociocultural desde la alegría del carnaval y la expresión artística. Sus *modos y formas de comunicación* son variados, creativos, llamativos no solo desde la concepción misma de la comunicación que se identifica con cosmovisiones indígenas, sino también en la elaboración de productos comunicativos formativos y críticos.

Buena Gente Periódico

Descripción de la práctica comunicativa

Según la presentación en su página web <https://www.buenagente-periodico.com/>, se trata de un proceso comunicativo promovido por la Fundación Educar de Ida y Vuelta y por docentes del Grupo de Investigación en No violencia, Paz y Desarrollo Humano, del Programa de Trabajo Social de la Universidad del Quindío. Sin embargo, el colectivo es una iniciativa ciudadana y no está vinculado ni legal ni administrativamente a la Universidad como institución pública.

Como su nombre lo indica, su estrategia comunicativa se centra, desde el 2013 hasta la fecha, en la producción de un periódico que tuvo siete ediciones impresas de diez mil ejemplares cada una, a todo color y que hoy, por falta de financiación, ha dado el salto a lo digital. Para la distribución de su versión impresa se logró conformar una red que garantizaba que el periódico llegara a todos los municipios del

Quindío y a lugares de gran afluencia de público en la ciudad de Armenia, en los cuales el público se acostumbró a encontrar el periódico que posteriormente coleccionaban o rotaban en respuesta a la invitación escrita en la primera página: *Léelo y pásalo*.

En general, a través del canal que utilizan, comparten con su audiencia nuevas prácticas sociales de carácter ambiental, político y artístico que protegen el medio ambiente y promueven la cultura ancestral. Difunden procesos participativos de construcción o recuperación de nuevos u olvidados conocimientos y significados para potenciar el empoderamiento de organizaciones y comunidades y, en el contexto de la implementación del proceso de paz y los procesos de verdad, justicia y reparación, *Buena Gente Periódico* le apunta a hacer eco de las luchas de las víctimas, destaca procesos de resistencia y construcción de paz y de memoria desde la sociedad civil.

Para ello cuentan con secciones como Voces y Vidas; una sección internacional, Good People, que se nutre de artículos que llegan de otros países y en otros idiomas y que se publican en la lengua de origen; una sección sobre Procesos Ejemplares, que es de nivel local y nacional; Colombia Posible y otra sección sobre Perdón y Reconciliación. En esta última se han incluido artículos de los veinte años de la Comunidad de Paz de San José de Apartadó porque se considera un proceso de resistencia civil admirable; también se han publicado artículos sobre las madres de Soacha, las madres de La Candelaria de Medellín y de otros colectivos de víctimas. Hay otras dos secciones más: Eco-lógico, que tiene que ver con artículos asociados al buen vivir, e Informe Especial.

Las historias que se publican son protagonizadas por personas comunes y corrientes que no cuentan con más recursos que su propia iniciativa y capacidad de trabajo, pero que hacen cosas importantes por los animales, el arte, la educación, el deporte y por personas o grupos con condición de vulnerabilidad extrema.



Tomado de <https://www.buenagenteperiodico.com/main-galerias>

Según lo manifestado por los líderes de la iniciativa, profesores Rubén Darío Pardo Santamaría y María Leonor Morales Vasco, con la propuesta de *Buena Gente Periódico* se desea que pasen dos cosas: una, que cuando se conozcan las historias de buenas prácticas que desarrollan personas en medio de grandes dificultades, se pueda lograr apoyarlas o que las personas encuentren la motivación para ir tras su sueño al constatar cómo algunos hacen cosas extraordinarias con muy poco. Desde este punto de vista, el periódico pretende generar acciones, hacer un llamado de atención a la sociedad para que se sume a una cadena de buenas iniciativas, lo que ellos llaman “hechos para la vida”, que permitan construir una mejor sociedad, una sociedad donde quepan todos y todas.

Análisis e interpretación de la Práctica Comunicativa

Al identificar los *supuestos* de los cuales parten, el tipo de *sujeto interlocutor* que conciben, el *propósito* y las *implicaciones* de sus prácticas, puede determinarse que el trabajo de *Buena Gente Periódico* se inscribe dentro de las *Prácticas Comunicativas de Resistencia*.

Su *propósito* es amplificar las *buenas prácticas individuales y colectivas* que hombres y mujeres realizan cotidianamente en la región del Quindío, en el resto de Colombia y en el planeta. Parten del *supuesto* de que lo que se comunica tiene un potencial transformador porque son muchos los hechos de la vida que diariamente confirman la vocación de solidaridad, paz y justicia de los seres humanos, y que pueden convertirse en prácticas sociales inspiradoras para la construcción de proyectos colectivos de futuro.

Por todo lo anterior, y por el sentido de su mensaje, *Buena Gente Periódico* se consolida como un proyecto alternativo de comunicación. Su propuesta editorial se distancia del tradicional modelo de comunicación por cuanto implica asumir una posición crítica al estilo dominante de los medios de comunicación en los cuales la noticia trágica, de corte amarillista, la violencia, la corrupción y demás males que aquejan a la sociedad ocupan las primeras páginas y en los que las propuestas diferentes al modelo consumista y depredador de los bienes ambientales no tienen la divulgación ni el espacio suficiente y necesario.

Se dirigen a una audiencia general, que es el sujeto interlocutor de la propuesta y en el cual reconocen su potencial crítico y participativo. El *proceso comunicacional* del periódico incluye la información, la sensibilización, la participación y la promoción del encuentro socio-cultural. Para el colectivo, lo realmente importante es permitir el ejercicio del derecho a la comunicación a través de las páginas del periódico, que, por esta condición, puede catalogarse como un medio de comunicación de carácter ciudadano. No se trata del involucramiento directo de las comunidades en la producción del periódico, sino de que el medio esté al servicio de todo lo positivo que las comunidades tienen para contar.

La *dimensión comunicacional* le apunta a generar transformaciones en las prácticas sociales y los sentidos de las audiencias. Además, cuando socializa eventos en los cuales tienen la voz las víctimas y los constructores de paz, *Buena Gente Periódico* deja clara la intención política de que sus lectores reconozcan el esfuerzo que realizan diferentes actores sociales por la consolidación del proceso de paz, que

no registran los grandes medios comerciales de comunicación en Colombia.

En consecuencia, y con su apuesta por la difusión de prácticas basadas en procesos culturales, *la intencionalidad* de la práctica comunicativa del colectivo se puede catalogar, igualmente, de disidente.

Ondamoderna.com

Descripción de la Práctica Comunicativa

Ondamoderna.com es una propuesta de radio virtual, que nace en el 2016 de un grupo de mujeres interesadas en mostrar una versión de la realidad diferente a la que se proyecta a través de los medios comerciales. Fue creada para promover el periodismo independiente, crítico e investigativo, en el marco de las TIC. (<https://www.facebook.com/radioactivaenaccion/>).

Con un fuerte componente ideológico desde la izquierda democrática, profesionales de la comunicación, la publicidad y la economía se empeñaron en sacar adelante esta propuesta que no ha dejado de tener dificultades por la falta de financiación y los ataques a través de la web a sus posiciones políticas. Su *propósito*: “Contribuir a las grandes transformaciones de los seres humanos en el Ser, en el Hacer, en el Comunicar, en el Tener y en el Convivir”.



Tomado de <https://www.facebook.com/radioactivaenaccion/photos/a.1608242969504759/2152069025122148>

Hasta mediados del 2018, bajo la dirección de la doctora Mercedes Restrepo Arias, el colectivo estuvo muy activo y contó con la participación de contactos en diversos países de Latinoamérica y de otras regiones del mundo que compartían, en su página web, información y análisis de los procesos sociopolíticos y ambientales que estaban en la agenda pública. Se realizaban noticieros con contenido internacional, nacional y local, además de programas de música y se editorializaba con videos que denunciaban situaciones de afectación al medio ambiente, al manejo de recursos públicos y demás políticas y acciones de los Gobiernos.

De igual manera, resaltaban en sus productos comunicativos las actividades y las prácticas sociales de comunidades que luchaban por la defensa del territorio, de la cultura propia, de los bienes ambientales, así como temas de género, de lucha contra la cultura patriarcal y de afectación a la población o a grupos vulnerables; pero por la falta de pauta y apoyo gubernamental, con el que en algún momento contó el colectivo, la emisora entró en crisis y sus integrantes se vieron obligadas a buscar otros caminos en su actividad profesional y personal.

En el año 2020, bajo la dirección de Adriana Garzón, la emisora retoma su labor vinculada estrechamente a la práctica comunicativa denominada “Quehacer comunitario del Quindío y del Eje Cafetero”, otra propuesta periodística en línea que busca el fortalecimiento de la organización social, así como generar espacios para promover el diálogo con las administraciones locales. Centra su accionar comunicativo en la publicación de noticias y entrevistas sobre prácticas culturales, deportivas, ambientales y organizativas de los grupos comunitarios y de las acciones estatales que tienen que ver con tales prácticas. Esta última propuesta complementa la labor de *Ondamoderna.com* y su *propósito* de dar cabida a un discurso crítico y formativo.

Análisis de la Práctica Comunicativa

La propuesta comunicativa de *Ondamoderna.com* se inscribe dentro de las *Prácticas Comunicativas de Resistencia*. En este caso, de manera puntual, las mujeres líderes del proceso manifestaron en las entrevistas su

deseo de luchar comunicativa y organizativamente con sus denuncias, estrategias comunicativas y trabajo comunitario por el cambio del *statu quo* y las condiciones de inequidad y exclusión del modelo capitalista dominante.

Parten del *supuesto* de que los medios masivos comerciales, en especial los noticieros radiales, no profundizan, no analizan ni ayudan a que la comunidad comprenda la raíz de los problemas. Es más, para las líderes del proyecto, estos medios presentan una visión estereotipada de las comunidades populares. Las noticias que se generan alrededor de estas son generalmente sobre hechos delictivos, pero poco sobre las luchas y prácticas solidarias con las que enfrentan sus dificultades, lo que ocasiona que los demás sectores de la ciudad tengan una imagen distorsionada del convivir en estos barrios y de su relación con los demás habitantes de la ciudad.

La posición y el activismo de *Ondamoderna.com* tiene un corte partidista y esto la distingue del accionar comunicativo de *Resistencia de Buena Gente Periódico*. Aunque, de manera categórica, sus integrantes niegan que sea un medio al servicio de un partido político, las voces de movimientos políticos de izquierda como Colombia Humana, encuentran eco en la emisora. Con ellos se comparte la visión de la realidad nacional; muchos de los integrantes del colectivo declaran su pertenencia a esa organización. Este mismo hecho ha ocasionado que, a través de redes sociales o de manera personal, sus integrantes reciban amenazas u ofensas, lo que los ha obligado a tomar medidas para proteger su integridad.

A pesar de que la práctica comunicativa de *Ondamoderna.com* sea de *Resistencia* y que los mensajes que transmiten en formato de videos, comunicados, promoción de eventos, etc., tengan un carácter claramente alternativo a los que se transmiten por los medios y canales comerciales, la construcción de los mensajes no es el resultado de un proceso colectivo con las comunidades involucradas. Son producto del periodismo investigativo de corte personal, ya sea de los integrantes del colectivo en Armenia, de sus contactos, grupos de amigos, o de otros colectivos con los que tienen coincidencia política e ideológica.

El *sujeto interlocutor* de la propuesta comunicativa involucra tanto a aquellos que siguen a la emisora como a quienes la apoyan y envían sus colaboraciones para la parrilla de programación. Sin embargo, cada uno lo hace desde su quehacer y desde una voz particular, aunque critica al sistema. Por consiguiente, el sentido del mensaje, mas no su construcción, ni el canal que se utiliza, le da el carácter alternativo a esta propuesta.

Con todo lo expuesto anteriormente, la estrategia comunicativa de *Ondamoderna.com* puede catalogarse en su *dimensión comunicativa* como de ideológica y el proceso comunicacional como de sensibilización, dirigida al público en general, nacional e internacional, así como a comunidades específicas y especialmente a jóvenes.

Los *modos y formas de comunicación* usados responden a noticias, reportajes, fotos y videos de denuncia, notas e invitados especiales que analizan el contexto local, regional, nacional e internacional y el devenir histórico de las comunidades a través del canal virtual.

Lo que calla la calle

Descripción de la Práctica Comunicativa

El colectivo fue conformando en el 2014, estudiantes del Programa de Comunicación social-Periodismo, de la Universidad del Quindío, bajo el liderazgo del entonces estudiante Marcos Antonio Calderón.

Muy activo hasta el año 2019, a la fecha no registra, en sus canales digitales, nuevos productos comunicativos porque se perdió el carácter colectivo de la experiencia. Sin embargo, en la época en que actuó, fue protagonista de las prácticas comunicativas en la región y recibió reconocimientos⁸ por su labor.

⁸ Entre otros premios, la Mesa Municipal de Concertación de la Población LGBTI de Armenia, en año 2016, le hizo un reconocimiento especial a Lo Que Calla la Calle por sus aportes en la defensa, garantía y respeto de los derechos humanos de la población diversa. De igual manera, el Concurso Nacional de Periodismo Universitario: Premios Corte Final 2016, de la Universidad Católica de Pereira, le otorgó el premio al Mejor Spot Radial: Los Hijos de la Calle, y la Alcaldía de Armenia, en el año 2015, le hizo una exaltación a Lo que Calla la Calle por la Campaña #HagamosAlgoPorJulián

De acuerdo con su director y según indica la información registrada en diferentes plataformas, como <https://www.facebook.com/pg/Loquecallalacalle/about/> <https://www.instagram.com/loquecallalacalle/> <https://www.youtube.com/channel/UC2RFYvIFqAnQMX6OzzMdpTQ>, se trató, inicialmente, de una propuesta de periodismo independiente que buscó contar realidades urbanas desde la gente del común. Les interesaba la denuncia, pero también resaltar lo positivo de la realidad social, cultural y ambiental local y regional a través de medios radiales y audiovisuales.

El colectivo se autorreconocía como una propuesta alternativa bajo el paradigma comunicativo del cambio social, el cual asumían como la utilización de los medios de comunicación para generar espacios que fortalecieran el tejido social, alcanzar la paz y la armonía social. Con ese marco de referencia privilegiaron contar historias con contenido que enalteciera valores humanos como la amistad, la igualdad, el respeto, el amor por las raíces culturales, la lengua, la música, los colores ancestrales, la protección de la naturaleza y la diversidad en todas las expresiones.

El *sujeto interlocutor* de la propuesta comunicativa fue, principalmente, el público joven por su preferencia de acceso a los modos de comunicación virtuales que utilizó el colectivo y que la revolución digital proporcionó: YouTube, Instagram, Facebook, Twitter. Además, el hecho de que el equipo de trabajo estuviera integrado por estudiantes universitarios permitió una gran identificación con ese público, se expresaban en sus propios términos.

Pero no solo llegaron a audiencia joven, también intentaron comunicarse con audiencias más amplias a través de canales tradicionales como programas de radio en la emisora de la Universidad del Quindío, UFM 102.1 (de interés público), y Super Estación Latina 104.1 MHz FM (emisora comunitaria), medios que iban en sintonía con los propósitos del colectivo.

De esa manera, mientras fueron fieles a la propuesta inicial del colectivo y mientras el concepto comunicativo se mantuvo, el nombre de Lo Que Calla La Calle llegó a tener gran reconocimiento entre los

armenios, que fácilmente se identificaban con los productos comunicativos, generalmente crónicas cortas.

La sostenibilidad de la práctica comunicativa, en los primeros años, fue posible gracias a que sus integrantes, como estudiantes activos del Programa de Comunicación social-Periodismo, contaron con el apoyo institucional para el uso de cámaras, micrófonos y demás equipos. Esto ayudó a que el grupo se consolidara bajo la dirección de Marcos Calderón y que pudieran realizar productos de calidad; sin embargo, cuando este obtuvo su grado e inició su vida por fuera de los claustros universitarios, a pesar de que continuó en la dirección del colectivo, este comenzó a fracturarse.

Según, Catalina Paz Romo, una de sus integrantes, la crisis del grupo se presentó por diferencias de criterios acerca de la forma de continuar con el proceso comunicativo y porque los estudiantes que inicialmente conformaron el colectivo, al graduarse o desistir de su participación, fueron reemplazados por estudiantes que aún no tenían la formación suficiente para continuar con la propuesta en la Universidad.



Tomado de <https://www.facebook.com/Loquecallalacalle/photos/274560306067262>

Sucedió también que el director del colectivo, alegando la propiedad sobre el nombre del grupo, sacó la experiencia de la Universidad y gracias a su gestión pudo mantenerla durante un tiempo, pero terminó convertida en una propuesta de tipo personal que desvirtuó el concepto comunicativo inicial. Con el tiempo, el proyecto quedó huérfano, sin la participación de estudiantes, sin recursos, sin equipos. Esa es la situación actual.

Análisis de la práctica comunicativa

La práctica que como colectivo desarrolló Lo Que Calla La Calle se enmarcó en las *Prácticas Comunicativas Proyecto*. Si se revisa el contenido de los medios digitales, queda claro el *propósito* de difundir y apoyar prácticas sociales en las que el arte fuera el principal medio de expresión de posiciones críticas ante diversas situaciones del ámbito local y nacional.

Los eslóganes que identificaron al grupo, como “No callamos la realidad”, “La calle tiene cosas que contar” o “Todos tienen algo que contar”, dan cuenta de los *supuestos* de la iniciativa y tienen relación directa con abrir los micrófonos a esas historias que no se cuentan, a aquello que está silenciado, pero que es importante escuchar y a toda la diversidad de miradas que hay sobre el mundo para compartir.

Al poner en circulación lógicas diferentes que cuestionaban los estereotipos sociales, se permitió a los protagonistas de esas historias ejercer la libertad de expresión, afianzar su identidad y sentir su dignidad y, al público en general, reconfigurar imaginarios diferentes a dominantes. Sin embargo, a pesar de estas características, su práctica comunicativa no puede considerarse como de *resistencia*, como sí es el caso de Marcha Carnaval o de *Buena Gente Periódico*, ya que, más que cuestionar el modelo de desarrollo o discursos hegemónicos, su práctica tenía la intención de empoderar los sujetos o las organizaciones, para que cada quien expresara su visión de mundo sin que ello significara un cuestionamiento profundo de la estructura social.

Con relación a las *implicaciones* del trabajo del colectivo, es interesante anotar cómo, para sus integrantes, el hacer mismo de la comunicación se convirtió en un ejercicio pedagógico y formativo. Los jóvenes, y quienes se vinculan en procesos de comunicación ciudadana, con los diversos sentidos que estos pueden tener, modifican su percepción de lo público y cambian ellos mismos como sujetos sociales al ampliar su perspectiva política y la comprensión del contexto en el que se desenvuelven.

Sobre la *dimensión comunicacional* de la estrategia, tuvo un carácter *interaccional*. Por encima del dato, lo importante era comunicar para que se conocieran otras formas del sentir de aquellos que no habían tenido la oportunidad de expresarse. Esa condición comunicacional del colectivo lo relaciona con medios de corte alternativo y ciudadano.

Los *modos y formas* de comunicación fueron videos, entrevistas, crónicas y notas montados en los canales digitales y programas de radio. Con relación al *proceso comunicacional*, aunque fue notorio el liderazgo ejercido por su director, se dieron interesantes procesos de participación en la investigación periodística y en la selección de contenidos.

Por último, el caso de Lo Que Calla La Calle muestra la fragilidad de prácticas comunicativas ciudadanas que no cuentan con respaldos financieros y organizacionales, lo que pone en riesgo su sostenibilidad y permanencia en el tiempo. En particular, en este colectivo, la juventud e inexperiencia de sus integrantes impidió que se superaran los obstáculos de clima organizacional que afrontaron.

Conclusiones

Todos los colectivos nacieron por el interés de poner en disputa sentidos diferentes frente a la realidad social. De esa manera, quienes se orientan hacia prácticas comunicativas *proyecto* buscan poner en la agenda pública situaciones de la vida social que les inquietan, y quienes se orientan hacia prácticas comunicativas *de resistencia* ponen en circulación discursos contrarios a los hegemónicos.

Comparten el interés por brindar argumentos para que los ciudadanos tengan conciencia crítica ante las decisiones de los gobernantes o para que se entusiasmen con prácticas sociales ambientalmente sostenibles o de reconocimiento y solidaridad con minorías o grupos vulnerables, siendo esa la forma en que entienden el cambio social, que promueven a través de procesos de participación ciudadana en los asuntos públicos y el fortalecimiento del tejido social. Su principal aporte con relación a las formas de hacer comunicación consiste en facilitar el ejercicio del derecho a la comunicación a quienes, según su criterio, no lo tienen.

Un *supuesto* común del que parte el accionar de los colectivos es el convencimiento de que los medios de comunicación comerciales no informan de manera adecuada a la comunidad, y que se necesitan canales para que voces y prácticas sociales disidentes o alternativas tengan resonancia.

Las redes sociales electrónicas les permitieron darse a conocer a diferentes públicos y llegar a audiencias específicas, dependiendo de su interés comunicativo; mantener el diálogo y construir alianzas para potenciar su impacto. Todos han sabido utilizar la interactividad y las formas de comunicación virtuales, predominando Facebook, YouTube y la construcción de páginas web; sin embargo, las formas impresas como el periódico, las cartillas y el diálogo directo fueron igualmente importantes como estrategias comunicativas.

El trabajo de los colectivos con todas las dificultades de corte organizacional, de sostenibilidad económica y de permanencia que presentan constituye un importante esfuerzo para hacer visibles, a través de prácticas comunicativas, prácticas sociales que apuntan a la construcción de un futuro posible y deseable tanto en lo social, como en lo ambiental.

Referencias

- Castells, M. (1999). *La era de la información*. Siglo XXI Editores.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5ª. ed). McGraw-Hill.
- Martín-Barbero, J. (2005). Deconstrucción de la crítica: Nuevos itinerarios de la investigación. En M. I. Vasallo de Lopes, & F. R. (Comps), *Comunicación, campo y objeto de Estudio* (pp. 15-42). Iteso.
- Massoni, S. (2016). *Avatares del comunicador complejo y fluido*. Ciespal.
- Polo, D. A. (2017). Queremos seguir siendo lo que somos: Hegemonías y resistencias al proyecto extractivista La Colosa en Cajamarca, Colombia. *Questión. Revista especializada en perdioidismo y comunicación*, 1(55), 331-351.
- Uranga, W. (2007). *Mirar desde la comunicación una manera de analizar las prácticas sociales*. Universidad Nacional de Lomas de Zamora. <https://animacionsocioculturalunlz.files.wordpress.com/2014/09/mirar-desde-la-comunicacic3b3n-uranga.pdf>
- Vega, J. (2015). Prácticas comunicativas, habitus e identidades políticas en procesos de comunicación local. En M. L. (Ed.), *Reflexionando las disciplinas* (pp. 220-231). Universidad Mariana.

La comunicación en el escenario gubernamental, departamento de Risaralda, Colombia*

Communication in the governmental scenario, Risaralda, Colombia

Elva Mónica García-Bustamante⁹

Resumen

El texto expone los resultados finales de la investigación sobre la “Caracterización de la comunicación pública en las 14 alcaldías y la Gobernación de Risaralda, 2016-2019”, la cual buscó conocer cómo se materializó su gestión. La base teórica partió del desarrollo del Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para Entidades del Estado (MCPOI); este expone tres grandes frentes de actuación: comunicación organizacional, informativa y rendición de cuentas que se adoptaron en el Estado cuando decidió pasar de las oficinas de prensa tradicionales a direcciones de comunicación. Se optó por un enfoque mixto de investigación, con un proceso estadístico, entrevistas semiestructuradas y análisis de con-

* Este capítulo es resultado del proyecto “Caracterización de la comunicación pública en las 14 alcaldías y la Gobernación de Risaralda, 2016-2019”, realizado en 2019 y financiado con recursos de la Dirección de Investigación e Innovación de la Universidad Católica de Pereira.

⁹ Doctora en Comunicación en la Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Magíster en Comunicación Educativa de la Universidad Tecnológica de Pereira, Magíster en Comunicación Televisiva de la Universidad Pontificia Bolivariana. Integrante del grupo de investigación Transiciones y política de la Universidad Católica de Pereira. Contratista especializada formulación de políticas públicas en la Secretaría de Mujer, Familia y Desarrollo Social de Risaralda, docente de la Facultad de Educación de la Universidad Tecnológica de Pereira. Correo institucional: emgarcia@utp.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5650-2486>

tenido. Se encontraron tres sistemas de comunicación: el orientado por las direcciones de comunicación; el que desarrolla Control Interno, que se rige por la normativa vigente, y el que depende de las direcciones de tecnología y de calidad.

Palabras clave: comunicación pública, comunicación de gobierno, modelo de comunicación.

Abstract

The article exposes the results of the research title: “Characterization of public communication in the 14 municipalities and the Risaralda governorate”, which sought to know how its management materializes. The theoretical basis was based on the development of the Model of Organizational and Informative Public Communication for State Entities, MCPOI. This exposes three main action scenarios: organizational, informative communication and accountability. A mixed research approach is chosen, with a statistical process, semi-structure interviews and content analysis. Three communication systems were found: the one directed by the Communication Department; the one that develops Internal Control; and the one that depends on the Technology Directorate and Quality.

Key words: Public communication, Communication model, Government communication.

Introducción

La gestión de la comunicación en las entidades públicas en Colombia tomó un giro en la primera década del siglo XXI por dos normas: el Decreto 4110 de 2004, que adoptó la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública (NTCGP 1000:2004), en la que se indicó el quehacer y la gestión de estas organizaciones en dinámicas de eficiencia administrativa. La norma se actualiza en el 2009 (Decreto 4485), en el que se explicitó la gestión de la comunicación interna, referida a los servidores públicos, y externa, asociada con la ciudadanía y los entes de control.

Con el Decreto 1599 de 2005, que adopta el Modelo Estándar de Control Interno (MECI) 1000:2005, el cual se configuró por subcom-

ponentes, entre ellos el de gestión, el cual albergaba el componente de comunicación pública, este daba cuenta de la comunicación organizacional, informativa y medios de comunicación. Lo central fue que introdujo en el Estado la noción de *comunicación pública*, desplazaba, en términos nominales, el énfasis en lo informativo y periodístico, característico del sector. En el 2014, el MECI se renueva con el Decreto 943, en él se asumió que la información y la comunicación son eje transversal en la organización.

El eje en ese momento se subdividió en tres partes: una, la de “información y comunicación interna”, orientada al fortalecimiento de su identidad, fomentar el sentido de pertenencia y generar una cultura organizacional en torno a la gestión de la ética, la eficiencia y la eficacia, y establecerse los respectivos flujos de comunicación. La segunda, de “información y comunicación externa”, para garantizar la difusión de la información, la gestión, los resultados. Aporta a la construcción de lo público y a generar confianza mediante la definición de políticas de comunicación, participación ciudadana. La tercera, “sistema de información y comunicación”, referido al conjunto de procedimientos, métodos, recursos humanos y tecnológicos para garantizar la generación, recopilación de información y la eficiencia en las operaciones de la entidad¹⁰.

Por otra parte, los avances tecnológicos y las tendencias internacionales en torno a la transparencia, eficacia y eficiencia potenciaron lo que se conoce como gobierno electrónico o gobierno en línea

¹⁰ A partir de la Constitución de 1991 se han implementado una serie de leyes desde 1998 relacionadas con los sistemas de gestión y desarrollos administrativos de las entidades gubernamentales hasta el 2017, cuando se crea un solo modelo de gestión mediante el Decreto 1499 de 1.º de septiembre de 2017, que reglamenta el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015, que sustentó el “Plan nacional de desarrollo 2014-2018 ‘todos por un nuevo país’”. En él se dispuso la integración en un solo sistema de gestión de los Sistemas de Desarrollo Administrativo (Ley 489 de 1998) y Gestión de la Calidad (Ley 872 de 2003) y su articulación con el Sistema de Control Interno, lo que dio vida al Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), que es un marco de referencia para dirigir, planear, ejecutar, hacer seguimiento, evaluar, controlar la gestión de las entidades y organismos públicos. Se desarrolla mediante 16 políticas, categorizadas en 7 dimensiones, entre ellas la quinta, que concierne a la información y comunicación como un eje transversal a todo MIPG. Se puede consultar en <https://www.funcionpublica.gov.co/web/mipg>.

(GEL), que, a su vez, dinamizó tanto la acción informativa como el desarrollo de políticas y programas para incidir en comunidades. En varias dependencias del país se instauraron secretarías de Tecnología, Innovación y Comunicación (TIC). De hecho, en el 2017, la Alcaldía de Pereira creó la Secretaría de TIC y la Gobernación hizo lo propio.

Estos cambios motivaron el estudio sobre la gestión de la comunicación en el sector público, denominado *Caracterización de la comunicación pública en las 14 alcaldías y la Gobernación de Risaralda 2016-2019*¹¹, con el propósito de comprender sus concepciones, metodologías y estrategias que allí se daban, puesto que se asume ese aspecto como un campo académico y laboral que aporta al conocimiento disciplinar. Además, como antecedente directo de la indagación, estuvo la participación en el análisis de la información sobre la gestión de la comunicación pública en diez alcaldías del Valle del Cauca, liderado desde la Universidad Javeriana sede Cali. Se pretendió hacer una réplica en lo local, con el objeto de identificar el rol, funciones y gestión de la comunicación en el departamento de Risaralda¹².

Enfoque teórico-conceptual

La base teórica del estudio se configuró por dos vías. El punto de partida fue el entorno contextual del objeto de estudio que se concreta en las normas¹³ que forjaron un giro en la manera de gestionar la comu-

¹¹ Esta investigación se hizo con recursos de la Dirección de Investigación e Innovación de la Universidad Católica de Pereira.

¹² El 18 de abril de 2017 se socializaron resultados parciales de esta investigación en el Encuentro Regional Afacom Eje Cafetero, en las instalaciones de la Universidad del Quindío. Se publicaron las memorias y quedó consignado como capítulo de libro, "Rasgos de la comunicación en las entidades gubernamentales de Risaralda" (García & Betancur, 2018). A la investigación se vincularon tres estudiantes bajo la modalidad de grado - línea de investigación, quienes produjeron tres artículos que pueden consultarse en el repositorio de la UCP, a saber: "Alcaldía de Pereira: disonancias entre el deber ser y la praxis" (Sánchez, 2017 - Cd-R-CDMCP 263); "Lo que se informa en el Facebook y la página web de la Alcaldía de Pereira y en el Facebook del alcalde" (Martínez, 2017, no publicado); y "Colombia y el gobierno en línea: características de la estrategia GEL en la Gobernación de Risaralda" (Vásquez, 2018 - Cd-R-CDMCP 263).

¹³ La investigación analizó los procesos de comunicación desarrollados en el periodo administrativo 2016-2019; en ese momento estaba vigente la normativa descrita. Lo consignado en MIPG se

nicación en lo público, es decir, a partir del MECI, el cual estaba emparentado con el programa “Eficiencia y Rendición de Cuentas en Colombia”, que ejecutó la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) bajo la operación de Casals & Associates Inc. Este proporcionó conceptos y metodologías sobre ética pública para el ejercicio de la función administrativa al Estado colombiano, en especial para lo concerniente a los acuerdos, compromisos y protocolos éticos.

Para el desarrollo de este programa, Casals, en el 2002, efectuó diagnósticos en diferentes áreas que permitieran la elaboración de un modelo de gestión ética para entidades del Estado (USAID, 2006), entre ellas la comunicacional. Esta labor estuvo bajo la responsabilidad del estratega Juan Camilo Jaramillo, cuyo producto final fue el Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para Entidades del Estado (MCPOI).

En dicho estudio se encontraron cinco problemas centrales: uno, la concepción de comunicación en el Estado hacía énfasis en la información y no en el proceso comunicacional, en especial en administrar la imagen del mandatario de turno. El segundo, el tipo de vinculación de los servidores públicos, que no permiten la creación de equipos de trabajo colaborativos y permanentes. El tercero, la resistencia al cambio por parte de funcionarios. El cuarto, la ausencia de una cultura de información, su sistematización y socialización. Y el quinto, la poca claridad en la relación con los medios de comunicación, condicionada por el interés político y el manejo de la pauta, se convierte en una relación de poder (Jaramillo, 2012, p. 10).

Para contrarrestar estos problemas, se diseñó el MCPOI, en él la comunicación pública se asume como un enfoque y una herramienta para la construcción democrática de sociedad y para la planeación de la comunicación en las organizaciones. Su pretensión era instaurar

adopta en la actual administración 2020-2023. La dimensión quinta, Información y comunicación, desarrolla las políticas de Gestión Documental y de Transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la corrupción y retoma las disposiciones antes descritas.

una cultura comunicacional que trascendiera el ejercicio de divulgar y descentrar la relación con los medios masivos para garantizar la difusión del hacer institucional, el cual albergaba el ámbito interno de la entidad.

Con el MCPOI se lleva al espacio de gobierno la noción de “comunicación pública”. En su fundamentación, Jaramillo acudió inicialmente a la definición que plantea McQuail (1998); más adelante, desde sus reflexiones, indica que la comunicación pública tiene aspectos distintivos:

Primero que es una noción de la comunicación asociada a alguna comprensión de lo público; segundo que opera en diferentes escenarios, entre los cuales se destacan el estatal, el político, el organizacional y el mediático; y tercero que es una idea vinculada a principios como la visibilidad, la inclusión y la participación. (Jaramillo, 2012, p. 1)

Para Jaramillo, la comunicación es una y está determinada por sus fines, lo que hay son campos de actuación de la práctica comunicativa con metodologías y estrategias propias. Señala que son cuatro ámbitos: el corporativo, que se pregunta por la *identidad*; el informativo, que interpela los *relatos*, los contenidos que se producen; el movilizador, que es el de la *interacción* con los grupos de interés; y el organizacional, que es la pregunta por la *coherencia*, la visión compartida y el trabajo colaborativo, la unidad de criterios para encaminar los propósitos misionales (2012, p. 19).

USAID adopta el modelo y reconoce dos de estos ámbitos, considera que el Estado por sí mismo ya tiene una imagen y la movilización es la respuesta de los ciudadanos a los planes del gobierno. Propone un tercero, que es el de la rendición de cuentas, consagrado en la Constitución Política. Con esto, el MCPOI se concreta en la siguiente matriz (tabla 1).

Tabla 1. Categorías, ejes temáticos y campos del MCPOI

Campo de actuación	Eje temático	Categorías
Comunicación organizacional	Receptividad	Apertura
	Actitud de Servicio	
	Visión compartida	Interlocución
	Trabajo colaborativo	
Comunicación informativa	Sistematización	
	Socialización de la información	
Rendición de cuentas a la sociedad	Precepto constitucional de la publicidad	Visibilidad
	Concepto comunicativo del posicionamiento	

Fuente: Tomado del MCPOI (USAID, et al., 2004, p. 59).

La segunda ruta de construcción teórica fue la búsqueda de antecedentes y literatura que proporcionaran más solidez conceptual, dado que la noción de comunicación pública es volátil y con fronteras poco delineadas. La discrepancia se centra en el escenario y los actores sociales que la generan. En su momento, Serrano (1986) la vinculó a la relación entre lo social y los medios de comunicación. El ya nombrado McQuail (1998) hizo alusión a la intervención de los sujetos sociales en la esfera pública como lugar de convergencia de voces, de transacciones informacionales y expresivas (p. 26).

En esta línea, lo señaló Demers (2007), los fenómenos de producción, tratamiento y difusión de los debates y temas públicos de los actores sociales en la plaza pública (p. 67). Ana María Miralles (2009) aludió a una *situación comunicativa* que se habilita por la acción colectiva de los ciudadanos para tratar temas de interés público (p. 16). Botero y Galvis (2009 y 2014) profundizaron en la comunicación como una herramienta de gestión de lo público y de la sociedad civil para el desarrollo de la democracia.

Por su parte, Campillo (2012) hace una alusión específica a la gestión de la comunicación desde la administración municipal. Plantea que las acciones comunicacionales parten de la premisa de que el ciudadano debe estar informado de todas aquellas actuaciones e iniciativas administrativas que pueden incidir en su condición de administrado. La comunicación pública municipal “permite explicar, justificar y, en consecuencia, legitimar las decisiones políticas asumidas en cada periodo legislativo” (p. 1036).

Quizás la comunicación de gobierno se torna en una categoría más precisa para referirse a los fenómenos comunicacionales que emergen de una entidad pública. Canel y Sanders (2010) hacen un análisis de la cuestión sobre el concepto, señalan que en Estados Unidos y Australia es donde más producción académica hay al respecto; se profundiza en la opinión pública, en las particularidades del dirigente de turno y en la separación de las labores de una oficina de prensa (información) y la dirección o gerencia de comunicación de la institución (llámese presidencia, gobernación, alcaldía). Los estudios al respecto en América Latina, enfatizan la relación del Gobierno con la ciudadanía.

Canel y Sanders, también señalan como rasgos característicos de la comunicación de gobierno el contexto político en el que actúa el Gobierno; el periodo de duración del mandato; los equipos de trabajo, que están más por compromisos que por profesionalidad; los mensajes que producen, planeados desde los resultados inmediatos; el alto escrutinio público, por líderes de opinión y el registro masivo de sus actuaciones. Sus acciones se orientan al bien público y están condicionadas a los parámetros legislativos que demarcan su actuación, entre ellos transparencia y apertura (2010, p. 7).

En el desarrollo del estudio, el *gobierno electrónico* emergió como una categoría amplia y compleja a través de la cual puede explicarse gran parte de la gestión comunicacional en las entidades territoriales. Los portales web y las redes sociales habilitan otros canales de divulgación e interacción con los ciudadanos. No es objeto de este artículo ahondar en ello, pero sí vale indicar que obligó a la revisión de algu-

nos antecedentes que dieran cuenta de su trayectoria (Massal & Sandoval, 2010; ONU, 2012; Caballero, 2016, entre otros)¹⁴. Es un campo en el que cada vez convergen más indagaciones.

Metodología¹⁵

En términos metodológicos, se tuvo un enfoque mixto, con un alcance descriptivo y énfasis en el análisis de tipo cualitativo. Se contemplaron dos momentos: en uno, coherente con la propuesta del MCPOI, se adoptan técnicas de corte cuantitativo, establece la aplicación de encuestas para medir la percepción que tienen los funcionarios públicos sobre los campos organizacional, informativo y rendición de cuentas. El modelo orienta el desarrollo metodológico a un muestreo aleatorio simple, con un nivel de confianza del 95 % y margen de error del 5 %. Para determinar dicha muestra se partió del número de colaboradores vinculados a cada institución.

Debe anotarse antes que el Departamento de Risaralda lo integran 14 municipios, los cuales están clasificados acordes con la Ley 617 de 2000, que categoriza a las entidades territoriales, gobernaciones, municipios y distritos según el número de habitantes y presupuesto. En Risaralda esto se da así: Pereira en primera categoría; Dosquebradas en segunda; Santa Rosa de Cabal en quinta; Quinchía, La Virginia, Belén de Umbría, Marsella, Apía, Mistrató, Pueblo Rico, Guática, La Celia y Balboa están en la sexta.

Se estimó un aproximado de 2.000 funcionarios públicos; se estableció la muestra acorde con lo que señala el MCPOI: 341 personas para una población entre 2.051 y 3.000 empleados (USAID et al., 2004, p. 89). Se proyectaron 805 encuestas para mayor saturación, se realizaron 707. Se desarrolló una estrategia interpretativa de los

¹⁴ Cada dos años Naciones Unidas hace el estudio de Encuesta de gobierno electrónico en todo el mundo. En el 2018, Colombia ocupó el puesto 61. Dinamarca es el líder (ONU, 2018). Puede verse Naciones Unidas Encuesta sobre e-Gobierno 2018. Impulsar e-gobierno para apoyar la transformación hacia sociedades sostenibles y resilientes (<https://n9.cl/cdp6p>). Para el 2022, la CEPAL indicó que Colombia ocupó el puesto 10 entre los países de América Latina.

¹⁵ Estos aspectos metodológicos se explicaron de manera similar en el artículo ya citado "Rasgos de la comunicación en las entidades gubernamentales de Risaralda" (García & Betancur, 2018).

resultados por colores que indican el nivel de la situación de los aspectos valorados de acuerdo con las percepciones de los funcionarios. El rango del porcentaje va desde 20-40 (rojo, situación crítica), 41-60 (anaranjado, notable debilidad), 61 a 80 (amarillo, existencia de procesos, con vacíos y debilidades) y 81-100 (verde, alto grado de cumplimiento).

En el segundo momento se optó por técnicas cualitativas para contrastar y profundizar la información. Se hicieron 70 entrevistas semiestructuradas a funcionarios en cada institución. En el cuestionario se contemplaron las mismas categorías abordadas en la encuesta, se agregó el nodo temático referido al proceso comunicacional propio de la entidad, con el objeto de construir un perfil del rol que ha tenido la comunicación en ella. Para mayor profundidad, se hizo revisión documental de los planes de desarrollo, organigramas y documentos referidos a las políticas de comunicación.

Resultados

De manera general, se identificaron tres grandes sistemas de comunicación: uno, el orientado por las direcciones u oficinas de comunicación. Si bien sostienen que desarrollan estrategias para todos los públicos, incluidos los internos, su función principal es velar por la imagen del mandatario de turno. Sus acciones se centran en el ejercicio periodístico, cubrir las actividades del gobernador o alcaldes y los funcionarios de despacho, quienes siempre dan cuenta de su hacer encabezando sus testimonios con la frase “Por disposición de nuestro señor gobernador... o nuestro alcalde...”, además de apoyarse en los llamados validadores, que son las personas beneficiarias de las ayudas del Estado y agradecen con el nombre del mandatario. Esto es lo que se denomina *campana permanente*; ya elegido un gobernante, podrá utilizar los recursos que tiene a su disposición en virtud de su cargo para darle soporte a su popularidad en la interacción con los integrantes de su partido y la ciudadanía (Richard, 2016)¹⁶.

¹⁶ Sobre este concepto se puede consultar el Diccionario Enciclopédico de Comunicación Política en <https://n9.cl/uqb3p>.

Debe anotarse que lo descrito es más visible en la Gobernación y en las alcaldías de primera categoría, cuyos mandatarios aspiran a participar en un futuro como candidatos para el Congreso de la República o ser nombrados directores de alguna dependencia de gran peso. No sucede de igual forma con los gobernantes de las alcaldías de quinta categoría, quienes carecen de una instancia que esté al tanto de su imagen; ellos mismos son quienes se encargan de ella.

El segundo sistema de comunicación está relacionado con las normas de gestión en el Estado, explicadas al principio del texto. Son complejas, se cumplen en todas las dependencias de diversas maneras, en ellas tiene un papel central la oficina de Control Interno, el órgano que vela por el cumplimiento de todos los procesos. Las alcaldías de quinta categoría deben cumplir con las acciones de información y divulgación de la institución, en caso de no contar con una dependencia o personal (comunicadores o periodistas) responsables de esta función. Son los funcionarios de Control Interno quienes deben responsabilizarse de ello, en varias entidades territoriales, se halló que ingenieros de sistemas son los encargados de tramitar asuntos del gobierno digital y difusión de la agenda local y depende de esta dependencia.

El gobierno digital o GEL es el tercer sistema de comunicación, articulado a la rendición de cuentas. Esta estrategia ha sido clave en la dinamización de la comunicación en el ámbito público; por su obligatoriedad condujo a que hasta la entidad más pequeña y sin recursos adoptara la estrategia, y esto a su vez fue la puerta de entrada para pensarse los procesos de información y comunicación.

Para detallar los hallazgos, se siguen los escenarios y categorías propuestos desde el MCPOI; en términos cuantitativos, el comportamiento de todas las entidades territoriales entre sí fue muy similar. En la tabla 2 se consolida la información por los escenarios de actuación que propone la matriz del MCPOI.

Tabla 2. Consolidación de los resultados

Alcaldía / Municipios	Comunicación Organizacional					Comunicación Informativa				Rendición de cuentas			Promedio Municipio
	Ejes Temáticos				Prom. del campo	Ejes Temáticos			Prom. del campo	E. Temáticos		Prom. del campo	
	Receptividad	Actitud de servicio	Visión compartida	Trabajo colaborativo		Proceso de comunicación	Principio organizacional de la sistematización	Socialización de la información		Precepto constitucional de la publicidad	Concepto comunicativo del posicionamiento		
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
Gobernación	77	78	76	73	76	76	80	72	76	78	75	77	76
Pereira	79	77	73	75	76	75	81	76	77	77	77	77	77
Dosquebradas	78	78	72	74	75	76	80	73	76	78	75	77	76
Santa Rosa de Cabal	73	76	73	74	74	73	73	72	73	75	75	75	74
Quinchía	77	77	75	74	76	73	78	75	75	79	79	79	77
La Virginia	79	81	75	76	78	76	79	71	75	76	77	76	76
Belén de Umbría	77	80	75	70	75	73	77	71	74	79	80	79	76
Marsella	78	80	76	79	78	71	79	77	76	76	76	76	77
Apía	78	69	71	71	72	73	80	71	75	78	68	73	73
Santuario	79	82	74	77	78	68	82	72	74	72	71	72	75
Guática	82	80	68	77	77	72	85	72	76	82	82	82	78
La Celia	81	80	82	81	81	79	80	81	80	88	87	87	83
Mistrató	65	73	74	71	71	68	71	67	69	73	72	73	71
Balboa	74	77	79	70	75	71	74	70	72	82	76	79	75
Todo el departamento	77	78	76	74	76	74	79	73	75	79	77	78	76

Fuente: Elaboración propia.

Escenario de la comunicación organizacional

En el marco de la calidad de la gestión pública, la interacción con el ciudadano es uno de los aspectos que más han deseado mejorar. La burocracia, los trámites, la información errónea y la poca empatía que establece el funcionario público con el usuario han sido rasgos característicos del sector.

En atención a ello, el MCPOI en este escenario vincula la categoría de *apertura*, de la cual se desprenden las dimensiones de *receptividad y actitud del servicio*. Ambas dan cuenta de esta interacción. La hipótesis de cambio que plantea el modelo se refiere a que, si hay mayor escucha de las opiniones, necesidades, demandas y mejor actitud en el servicio, se tendrá mayor confianza en lo gubernamental y se contribuye a incentivar una cultura de lo público por parte del ciudadano.

En este sentido, en las entidades se implementó el Sistema de Atención Ciudadana (SAC) con el fin de que el ciudadano pueda hacer sus peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y demandas (PQRSD), lo cual corresponde a la reglamentación del artículo 23 de la Constitución Política del país con la Ley 1755 de 2015.

Por lo regular, las PQRSD deben hacerse por escrito. Las entidades territoriales que están en categoría especial y uno manejan la llamada ventanilla única, allí se reciben y se distribuyen a la dependencia que corresponda. En las alcaldías pequeñas se pueden hacer por medio de un buzón que se abre cada quince días o mensualmente, o de forma electrónica en las páginas web de cada municipio.

En la Gobernación de Risaralda y en la Alcaldía de Pereira se refirieron al SAIA, Sistema de Administración Integral de Información (intranet institucional), como uno de los canales para el trámite de las PQRSD. Dosquebradas, por su parte, tiene el programa GOBEL, al parecer agiliza los trámites e incide en términos de eficiencia y eficacia. La cantidad de las PQRSD está en proporción al tamaño de la entidad; por ejemplo, en Dosquebradas se pueden recibir 4.000 derechos de petición en un mes, en Guática 5. La diferencia numérica se explica porque la mayoría de la población rural es campesina y prefieren el contacto directo a lo escrito.

Sin embargo, esto no es suficiente para dar cuenta de la interacción con la ciudadanía; esta se gesta, de un lado, por los propios ciudadanos, quienes a través de organizaciones o movimientos establecen interlocución con el mandatario de turno y los funcionarios de despacho; de otro, las diferentes secretarías y direcciones establecen vínculos con sus grupos de interés, sin necesidad que medie una instancia oficial de comunicación.

De otro lado, esta interacción con la comunidad debe estudiarse a partir de las acciones de las direcciones de comunicación en su preocupación por la imagen del mandatario, cuentan con programas de televisión y de radio en medios institucionales a través de los cuales los gobernantes hablan con la ciudadanía, cada uno le imprime su sello, bien sea en tono pedagógico, explican una a una las medidas que se toman, o en tono asistencialista, en el que quieren dar solución a todas las ayudas que se solicitan. Varios comunicadores afirmaban que hacían comunicación para el desarrollo, desconociendo sus bases conceptuales.

Por su parte, en lo misional y colaborativo, en el MCPOI se plantea la necesidad de crear sinergia entre las dependencias y los funcionarios, alinear esfuerzos, potenciar un discurso único, homogéneo, que llegue a los ciudadanos para movilizarlos en torno al proyecto de gobierno. Esto en el modelo se le denomina *visión compartida*, hace referencia al conocimiento y apropiación de los objetivos misionales y del plan de desarrollo.

Al respecto, se encontró que los funcionarios conocen de manera parcial el plan de desarrollo, apropian aquella parte que está relacionada de manera directa con su quehacer, hacen una lectura práctica de él, lo que es coherente con la complejidad de la función pública. En esta apropiación de la misión del gobierno de turno también median las tensiones políticas y el tipo de contratación de los funcionarios, dado que generan grados de empatía con la propuesta de gobierno. Lo que se refleja en los resultados, la mayoría se cumple de manera relativa, solo en Guática se cumple en alto grado, lo que se explica por la tradición de cohesión que existe en la comunidad y que se traslada a la entidad territorial.

El *trabajo colaborativo* es una categoría codependiente de visión compartida. Aquí las preguntas eran por la coestión entre las dependencias, el conocimiento entre estas, por el trabajo en equipo y el diálogo entre los niveles directivos y operativos. Entre más grande la entidad territorial, menos se conocen las dependencias entre sí. No es lo mismo trabajar en una alcaldía pequeña, en la que hay dos o cinco empleados por despacho, que laborar en las de primera categoría, en las que en una sola dependencia hay 80 o 100 funcionarios. Por ello la comunicación de las directivas a las bases es puntual y selectiva, es decir, los secretarios y directivos coordinan entre sí, a los operativos se les informa de manera directa; pocas veces se hacen reuniones de coordinación de todo el equipo.

Si bien entre las estrategias de las direcciones de comunicación se contempla el público interno, en la práctica es muy poco lo que logran, todo se concentran en la informar sobre la gestión del plan de desarrollo o de las acciones que se presentan frente a una contingencia. Se ha avanzado en robustecer los equipos de trabajo; en las oficinas de comunicación de las entidades de primera categoría pasaron de 5 funcionarios a tener un promedio de 20 a 30 periodistas, distribuidos por secretarías. Se contribuye con ello a que haya visibilidad de todo el gabinete.

Escenario de Comunicación informativa

En este escenario, el MCPOI señala dos subcategorías: *sistematización* y *socialización de información*. La primera responde a la necesidad de registrar y dejar memoria de lo que se ha hecho en la organización. El proceso de registro está regulado por la ley de archivos (594 del 2000); parte de esta información debe ser publicada en la página web, está vinculada a la rendición de cuentas y a los procesos que lideran las oficinas de control interno para darle respuesta al MECI¹⁷. Es la sub-

¹⁷ En la actualidad, incluido en el MIPG, al igual que la ley de archivo o documentación que se desarrolla en la dimensión 5 de MIPG.

categoría donde menos discrepancias hubo entre los testimonios de los entrevistados; las diferencias se presentan en las maneras de hacerlo. Es obvio que las alcaldías con mayores recursos poseen programas especializados que garantizan eficacia y eficiencia en la materia. Las pequeñas cumplen lo propio con altibajos en términos de tecnología.

En este escenario se incluyó la subcategoría *procesos de comunicación*, la cual no está contenida en el MCPOI ni se contempla en el MIPG. Se hizo necesario demarcarla con respecto a las otras dimensiones con el fin de ver su propio comportamiento una gestión intencionada. En ella se referencian las estrategias de posicionamiento de la entidad, la existencia de medios de comunicación para los públicos internos y los externos y el desarrollo de la estrategia de GEL.

Para precisar dicha gestión, se indagó por el rol de la comunicación en la entidad, es decir, qué lugar se le asigna en el organigrama, las funciones y si se contemplaba en el plan de desarrollo como una línea o programa. En la tabla 3 se desglosa lo hallado en cada entidad.

Tabla 3. Lugar asignado a la gestión comunicacional

Lugar que ocupa en el organigrama institucional				
Entidad territorial	En el organigrama	Nombre que recibe	Dependencia a la que está adscrita	Funciones asignadas
Gobernación	Sí	Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones	Despacho del gobernador	Manejo estratégico de la comunicación interna y externa y del equipo de colaboradores.
Alcaldía de Pereira	Sí	Oficina de Comunicaciones	Despacho del alcalde	Manejo estratégico de comunicaciones internas y externas, relaciones con los medios, imagen del proyecto de gobierno, estrategias que convoquen al respaldo comunitario.
Dosquebradas	Sí	Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones	Despacho del alcalde y Secretaría General y de las TIC	Manejo estratégico de la comunicación interna y externa y del equipo de colaboradores.
Santa Rosa de Cabal	No	N/A	Secretaría General Subsecretaría de Recursos Humanos	Desarrollar la estrategia GEL. Divulgar y facilitar los trámites de los habitantes del municipio.

Quinchía	No	N/A	Secretaría de Gobierno y Control Interno	Manejo de la estrategia GEL, redes sociales y cubrimiento de los eventos. Manejo de la imagen corporativa.
La Virginia	No	N/A	Servicios Administrativos - Oficina de Comunicaciones	Manejo de la estrategia GEL, redes sociales y cubrimiento de los eventos.
Belén de Umbría	No	N/A	Secretaría de Planeación	Manejo de la estrategia GEL, redes sociales y cubrimiento de los eventos.
Marsella	No	N/A	Secretaría de Gobierno	Apoyo administrativo y comunitario y manejo de la estrategia GEL y redes sociales.
Apía	No	N/A	Secretaría de Gobierno y Control Interno	Apoyo administrativo y comunitario y manejo de la estrategia GEL y redes sociales.
Santuario	No	N/A	No es claro	Manejo de la estrategia GEL, redes sociales y cubrimiento de los eventos. Todo lo relacionado con el MECI.
Guática	No	N/A	Secretaría de Planeación	Manejo de la estrategia GEL, redes sociales y cubrimiento de los eventos.
La Celia	No	N/A	Control Interno	Control y verificación del MECI y manejo de la estrategia GEL.
Mistrató	No	N/A	Control Interno	Manejo de la estrategia GEL, redes sociales y cubrimiento de los eventos. Todo lo relacionado con el MECI.
Balboa	No	N/A	No es claro	Administrar la página web y responder por la estrategia GEL.

Fuente: Elaboración propia.

En las diversas entidades territoriales implementan procesos comunicacionales, las acciones las desarrollan en coherencia con las normas, independientemente de que correspondan a funciones directas emanadas de una dependencia en específico. Es decir, si no existe una oficina de prensa o comunicación, la oficina de Control Interno debe efectuarlas.

Como se observa en el cuadro, solo en las tres territoriales de mayor relevancia aparece en el organigrama, en las demás no, pero esto no excluye la idea de la gestión comunicativa, es un aspecto en lo misional y en lo práctico. En las territoriales de primera categoría, las funciones comunicativas están consignadas en el plan de desarrollo, la Gobernación lo hizo explícito en su línea de Buen Gobierno. Dosquebradas, por su parte, lo incluyó en la Dimensión Institucional; en Balboa y Marsella se evidenció a través del apoyo a los medios comunitarios, por mencionar algunos.

La estrategia GEL es la que más actividades de comunicación genera. En las territoriales con recursos, la importancia y demanda del GEL superó su nivel de estrategia. Tanto la Gobernación como la Alcaldía de Pereira crearon la Secretaría de las TIC, responsable del desarrollo tecnológico en su territorio. Lo interesante de ello es la separación de funciones de una oficina o gerencia de comunicación, no excluye el trabajo en conjunto, ambas se contienen entre sí.

Todas las territoriales siguen las pautas que brinda el Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (Min-TIC) en el desarrollo de las categorías de información en línea, interacción en línea y transacción en línea. La Gobernación y las alcaldías de Pereira y Dosquebradas tienen su propia página web, que les permite más despliegue de información; las otras utilizan la plantilla que dispone el Min-TIC. En ellas predomina información sobre hechos noticiosos del mandatario y los trámites y habilita el espacio para la participación del ciudadano, el cual es poco usado, a excepción de los trámites, a los cuales, de manera paulatina, se les ha dado espacio. Esta situación alude a los estudios de ciudadanía plural de Moreno et al. (2017), indican la noción de *humanidades digitales* que emergen gracias a las tecnologías en las que se dan diversas formas de interacción entre los productores y usuarios de conocimiento.

En los municipios con menos recursos se priorizó al técnico, tecnólogo o ingeniero de sistemas, no al comunicador social. La prelación es el mantenimiento de la página web y, se asumen también, el cubrimiento de los eventos públicos.

Las redes sociales son las competidoras del GEL, permiten un lenguaje más cercano y son de mayor interacción con el ciudadano, estrategia que aprovecha el mandatario. La Alcaldía de Pereira cuenta con una agencia de publicidad que se encarga de la administración de contenidos para la página web y de las cuentas de Facebook de la entidad y del alcalde. La fortaleza está en la capacidad comunicativa del mismo burgomaestre que logra un mayor reconocimiento (campaña permanente).

El riesgo de las redes sociales está en la variedad de respuestas que se reciben y el anonimato, siendo contraproducente en algunos casos. De manera directa o anónima, ciertos ciudadanos se dirigen en términos poco cordiales a los mandatarios de turno. En los municipios pequeños la ciudadanía tiene mayor eco en la imagen de la entidad y el dirigente.

Rendición de cuentas

El último escenario de actuación de la comunicación acorde al modelo MCPOI es la *rendición de cuentas* la cual viabiliza la categoría central de visibilidad a través de dos ejes temáticos: precepto constitucional de la publicidad y el concepto comunicativo del posicionamiento, esto es el derecho que tiene toda entidad de mostrarse y divulgar sus acciones y logros. Se espera que la exposición pública tenga retribución en posicionamiento, imagen, confianza y legitimidad de la entidad y el gobierno.

El proceso de rendición de cuentas está determinado en la Constitución Política. Todos los funcionarios de las entidades territoriales tienen claro el proceso, la diferencia está en la forma de hacerlo. Al preguntarles a los empleados por la existencia de mecanismos que den cuenta ante los ciudadanos de la gestión, algunos dudaron y desconocían si se había hecho en la administración, lo que llama la atención porque por ley debe hacerse.

Se encontró que el 51 % de los funcionarios están de acuerdo con que conocen el proceso de rendición de cuentas, sistematizan información y diseñan diferentes estrategias para su divulgación. El 20 % mantiene una posición neutra; para los funcionarios esta acción se

vincula más a la imagen del mandatario. Consideran que un factor que media en la cualificación al rendir cuentas es la presión permanente de los organismos de control, lo que ayuda a que la información sea veraz. Para ellos, la debilidad está en la poca cultura política de los ciudadanos que no se interesan en conocer o en saber leer los datos para hacer control.

Conclusiones

Como antecedente directo de este estudio estuvo la investigación hecha en diez alcaldías del Valle del Cauca (López & García, 2016). Ambas tienen un mismo referente teórico y metodológico; hay diferencias en los contextos espaciales, políticos y temporales. En su momento, la implementación de la NTCGP 1000:2004 era más reciente y en algunas de las alcaldías estudiadas (Ginebra, Pradera, Jamundí, Palmira) los equipos de trabajo se vieron afectados por los problemas legales de sus alcaldes.

Lo anterior incidió directamente en los resultados cuantitativos, varios de sus ítems estuvieron en rojo, obteniendo un resultado por debajo del 20 %. En la presente, todos los ítems están por encima del 70 %, lo que se explica por la posición que tienen en la actualidad los procesos de comunicación en las entidades públicas, en su mayoría, desde los planes de desarrollo, que obligan su implementación, y por la estrategia del GEL, que se convirtió en elemento clave para su impulso, a lo que se suma el impacto que tiene el uso de las redes sociales en el mundo contemporáneo.

Debe reconocerse que con el MCPOI se dieron las bases para la implementación estratégica de la comunicación en el sector público, incluida en el Modelo de Gestión Ética para Entidades del Estado, que en últimas es el que soporta toda la filosofía y marco metodológico del Buen Gobierno (USAID, 2006). Estas bases hicieron que se girara la mirada al ámbito interno y se incluyera también al funcionario como población objetivo y corresponsable del compromiso social del Estado. Se trató de inculcar la idea de generar confianza en lo público a través de actitudes, acciones, maneras de pensar y hacer de los que allí laboran. Este es el espíritu que se sustenta en MIPG.

El MCPOI debe estudiarse como el referente que marcó una ruta en las entidades del Estado, su divulgación y apropiación fue limitada; los cambios de gobierno y de leyes –como la actualización del MECI en el 2014 y más adelante con el MIPG– borraron su registro en este campo. Pueden encontrarse otras bases que posiblemente están en el mismo Modelo de Gestión Ética para Entidades del Estado, para estudiar los cimientos conceptuales desde los que se apoyó el Gobierno colombiano para la gestión comunicativa, los cuales hay que cruzarlos con teoría cercana a la comunicación política y de gobierno, que ofrecen fundamentos teóricos y metodológicos con más solidez para su abordaje.

Es indudable que los aportes del GEL y las redes sociales en la gestión de la comunicación se tornan en un tema de interés para estudios futuros, así como para los relatos y discursos que allí se consiguen y las estrategias de circulación y recepción.

Otro elemento que se pone en cuestión es la comprensión de la comunicación como herramienta de gestión o como herramienta de poder. Como lo afirma Jaramillo¹⁸, si bien los objetivos de la entidad están sobre los del gobierno de turno, son dos variables que se contienen y que las direcciones de comunicación deberían considerar en su accionar, aunque siempre priman la visión difusionista de la comunicación y los intereses del mandatario de turno, quien siempre está en campaña. Esto hace parte de la naturaleza del escenario público, no como un problema, como lo identificó Jaramillo, coexiste con los otros sistemas de comunicación presentes en entidades territoriales.

Independientemente del mandatario, quien de manera indiscutible le imprime un sello al tipo de información o forma de comunicar a su administración, la gestión comunicativa está por encima de esto. Ya hay un deber ser originado por las normas, las que de alguna manera se van cumpliendo; los parámetros de calidad son la diferencia. En las actuales administraciones los sistemas permanecen, se trenzan entre sí, se apoyan sin depender el uno del otro.

¹⁸ Jaramillo, J. C., conversación personal, 12 de septiembre de 2015.

Referencias

- Botero, L. H., & Galvis, C. A. (2009.). *Comunicación pública. Repensar la comunicación para la democracia*. (1. Ed.) Sello Editorial Universidad de Medellín.
- Botero, L. H., & Galvis, C. A. (2014.). *Comunicación pública. Repensar la comunicación para la democracia*. (2° ed. rev.) Sello Editorial Universidad de Medellín.
- Campillo, C. (2012). Investigación en comunicación municipal: estudios y aportaciones académicas. *Vivat Academia*, 0(117E), 1035-1048. doi:10.15178/va.2011.117E.1035-1048.
- Canel, M. J., & Sanders, K. (2010). Para estudiar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión. *Comunicación y sociedad*, XXIII(1), 7-42. <http://hdl.handle.net/10171/16146>
- Caballero, R. (2016). Ciberpolítica. Las nuevas formas de acción y comunicación políticas. *Comunicación y Sociedad*, (25), 291-296. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i25.2931>.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2022). *UN E-Government Survey 2022, y Tabla Consolidada de ALC*. https://biblioguias.cepal.org/ld.php?content_id=68864903
- Demers, F., & Lavigne, A. (2007). La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación. *Comunicación y Sociedad*, 4(8), 65-87. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i8.3830>
- Decreto 4110 de 2004. Por el cual se adopta la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública. NTGCP 1000:2004. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=15423>
- Decreto 1599 de 2005. Por el cual se adopta el Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=16547>
- Decreto 4485 de 2009. Por el cual de adopta la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=37853>
- Decreto 943 de 2014. Por el cual se adopta el Modelo Estándar de Control Interno 2014 <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=59048>
- Departamento Administrativo de la Función Pública (S.f). *Manual de implementación del Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano. MECI 2014*. <https://n9.cl/g9rdy>

- Decreto 1499 de 2017, Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, decreto único reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015. <https://n9.cl/mc68>
- García, E. M., & Betancourt, C. (2018). Rasgos de la comunicación en las entidades gubernamentales de Risaralda. En M. Vera (Comp.), *Comunicación y procesos políticos en escenarios de post acuerdo* (pp. 123-151). AFACOM Regional Eje Cafetero.
- Jaramillo, J. C. (2012). Propuesta general de comunicación pública. En J. Duarte (Ed.), *Comunicação pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público* (cap. 16). Atlas 2012.
- López, A., & García, E. M. (2016). La comunicación y la información en Gobiernos locales: persistencia de prácticas difusionistas de comunicación en organizaciones gubernamentales del Valle del Cauca (Colombia). *Signo y Pensamiento*, 35(69), 118-139. doi: <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-69.cigl>
- McQuail, D. (1998). *La acción de los medios. Los medios de la comunicación y el interés público*. Amorrortu Editores.
- Miralles, A. M. (2009). *Estrategia de comunicación pública*. (Informe inédito, resultado proceso de diagnóstico). Escuela Municipal de Ciudadanía. Manizales.
- Massal, J., & Sandoval, C. (2010). Gobierno electrónico ¿Estado, ciudadanía, y democracia en internet? *Análisis político*, 23(68), 3-25. <http://www.scielo.org.co/pdf/anpol/v23n68/v23n68a01.pdf>
- Moreno Sardà, A., Molina Rodríguez-Navas, P., & Simelio Solà, N. (2017). CiudadaníaPlural.com: de las Humanidades Digitales al Humanismo Plural. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 87-113.
- Organización de las Naciones Unidas, ONU. (2012). *Estudio de las Naciones Unidas sobre gobierno electrónico. Gobierno electrónico para el pueblo*. <https://n9.cl/sop5>
- ONU. (2018). *Encuesta sobre E-gobierno 2018*. <https://n9.cl/cdp6p>
- Richard, E. (2016). En campaña permanente: elaboración de una estrategia de comunicación de gobierno. En: E. Richard y A. González (Eds.), *Manual de la comunicación de gobierno*. Universidad Externado de Colombia.
- Sánchez, J. S. (2017, 14 de junio). *Alcaldía de Pereira: disonancias entre el deber ser y la praxis* [Monografía pregrado]. Universidad Católica de Pereira.
- Serrano, M. (1986). La producción social de la comunicación. *Signo y Pensamiento*, 5(9), 47-57. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/5773>.

- USAID, Casals y Associates INC. Comunicación Pública Estrategias (2004). *Modelo de comunicación pública organizacional e informativo para las entidades del Estado, MCPOI*. USAID-Casals & Associates INC.
- USAID. (2006). *Modelo de gestión ética para entidades del Estado. Fundamentos conceptuales y manual metodológico. Programa eficiencia y rendición de cuenta en Colombia de USAID*. USAID. <https://n9.cl/a1wzc>
- Vásquez, J. (2018, 18 de junio). *Colombia y el gobierno en línea: características de la estrategia GEL en la Gobernación de Risaralda* [Monografía pregrado]. Universidad Católica de Pereira.

Medios escolares: aportes a la construcción del concepto*

School media: contributions to the construction of the concept

Juan-Carlos Ceballos-Sepúlveda¹⁹

Resumen

El concepto de medios escolares requiere una constante reflexión y elaboración. Primero, la literatura académica sobre el tema es escasa; segundo, existen diferentes proyectos de este tipo que se llevan a cabo en instituciones educativas que, desde la experiencia, pueden aportar a este concepto. Por esta razón, el propósito de este capítulo es conocer las ideas y concepciones que tienen estudiantes y maestros sobre los medios escolares y otras categorías relacionados con estos medios: la comunicación, la educación y la información que hacen parte constitutiva del concepto

* Este capítulo se ha elaborado a partir de la tesis doctoral titulada "Medios de comunicación escolar, educación y ciudadanía. Una mirada desde las mediaciones" (2015), desarrollada en el marco del doctorado de Comunicación de la Universidad de la Plata (Argentina)

¹⁹ Comunicador social. Periodista y especialista en Periodismo Urbano de la Universidad Pontificia Bolivariana y doctor en Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Coordinador del Doctorado en Comunicación de la UPB y coordinador de la línea de Comunicación, Ciudadanía y Política y del Semillero de Comunicación y Educación del Grupo de Investigación en Comunicación Urbana (GICU) de la Facultad de Comunicación Social Periodismo Universidad Pontificia Bolivariana. Correo electrónico institucional: juan.ceballos@upb.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1627-137X>

consultado. Para ello se acudió a las entrevistas y grupos focales en dos instituciones educativas de la ciudad de Medellín que cuentan con algún medio escolar. Los referentes teóricos en los que se enmarca el tema son la comunicación /educación (Huergo), educación problematizadora (Freire) y medio escolar (Ceballos). Con esto se busca acercarse más al concepto y aportar a futuros estudios, necesarios en esta temática.

Palabras clave: Medios escolares, comunicación, educación, información, maestros, estudiantes.

Abstract

The concept of school media requires constant reflection and elaboration. First, the academic literature on the subject is scarce; second, there are different projects of this type carried out in educational institutions that, from experience, can contribute to it. Therefore, the purpose of this chapter is to know the ideas and conceptions that students and teachers have about school media and other categories related to it: communication, education and information, which are a constitutive part of the concept consulted. For this purpose, interviews and focus groups were carried out in two educational institutions in the city of Medellín that have some school media. The theoretical references in which the topic is framed are: communication/education (Huergo), problematizing education (Freire) and school environment (Ceballos). With this, we seek to get closer to the concept and contribute to future studies, which are necessary in this subject.

Key words: school media, communication, education, information, teachers, students.

Introducción

Los medios escolares como objeto de estudio no son temas centrales; al contrario, son periféricos. En Colombia, se focalizan en Bogotá (Rodríguez, 2004; Valderrama, 2007; Portilla, 2012), donde ha existido un interés marcado por la relación comunicación/educación y en ella se incluye esta temática. En el caso de Medellín, se carece de un

conocimiento y sistematización de este tipo de experiencias, de ahí el interés de llevar a cabo la tesis doctoral “Medios escolares, educación y ciudadanía. Una mirada desde las mediaciones” (Ceballos, 2015), que permitió acercarse a alguno de estos proyectos y problematizar este tipo de prácticas comunicativas y educativas que se dan en la escuela, enmarcados en la relación comunicación/educación (Huer-go, 2001).

De manera concreta, este capítulo del libro compartirá los resultados de uno de los apartes de la tesis “Fase de emisión, los conceptos”, que tuvo como objetivo “Examinar los modelos y conceptos de comunicación, educación, información, medios de comunicación escolares y ciudadanía que tienen los maestros y estudiantes que participan en los proyectos de producción de medios en la escuela”. Para ello se consideró importante preguntar de manera directa a estudiantes y maestras de dos instituciones educativas (una pública y una privada en Medellín) acerca de las ideas y conocimientos que tienen sobre el medio escolar, la comunicación, la información y la educación. Desde esta conversación con los otros, se busca ir al corazón de estos procesos como señala Gutiérrez (2019) y entender desde sus perspectivas los propios puntos de vista acerca de los conceptos consultados.

Las instituciones educativas seleccionadas fueron una pública (ubicada en un sector periférico) y una privada (en un sector residencial) de la ciudad de Medellín, Colombia. La primera de ellas, con unas búsquedas permanentes y algunas discontinuidades en el proceso y publicación del medio; la segunda, más estable y con una trayectoria histórica en la producción de un magacín y un periódico. Los resultados completos de este ejercicio, en el que se privilegian las ideas, conocimientos y conceptos propios de estudiantes y maestros, aparecen en la tesis doctoral.

Es necesario insistir en la importancia de consultar a estudiantes y maestras que participan de estas propuestas, por varias razones: primero porque contienen unas reflexiones y unos saberes propios adquiridos en la experiencia de producción de medios que requieren

ser consultados; segundo, y en consecuencia, se acude a ellos para que a partir de preguntas se permita la emergencia de aquello que saben, desde la premisa de que son portadores de una información válida, y, tercero, en sus respuestas empiezan a reconocer que tienen unos conocimientos propios, basados en la experiencia de participar en estos proyectos.

Por esto, el enfoque de esta investigación es cualitativo, porque permite captar la realidad social a través de las personas que son estudiadas (Toro & Parra, 2010). Para ello se aplicaron entrevistas en profundidad y grupos focales, con el fin de obtener los datos necesarios para el análisis (ideas y los conceptos propios) que tienen estudiantes y maestros sobre la comunicación, la información, la educación y los medios escolares.

El ejercicio centra su foco en dar la voz a los estudiantes y maestros y se destaca que en los resultados obtenidos hay diferencias entre las ideas de las maestras y los estudiantes. Las primeras tienden a ser más tradicionales e institucionales y los segundos tienen otras concepciones más cercanas al diálogo, al conocimiento, al poder, al conflicto; en general, a la cultura y la experiencia de vida, relacionados con los planteamientos expuestos por autores como Freinet, Kaplún y Freire.

Este abordaje metodológico permite, a su vez, trazar otras maneras de acercarse a la construcción de un concepto en el que estudiantes y maestras consultados aportan sus ideas y sus maneras de entender y concebir un medio escolar.

La producción de medios escolares es necesario problematizarla. En las instituciones educativas públicas y privadas existen diversos proyectos de medios de comunicación escolar como periódicos, emisoras, canales de televisión, páginas web y blogs, centrados en los intereses y perspectivas de los maestros (adultocéntricos) más que de los estudiantes. Por tanto, son proyectos con enfoques tradicionales desde la educación (Kaplún, 1998) y divulgativos e instrumentales desde la comunicación (Kaplún, 2010; Rodríguez, 2004; Huergo, 2011).

Como señala Rodríguez (2004), uno de los grandes problemas que tienen los medios de comunicación escolar está en que carecen de un “proyecto comunicativo-educativo”, no hay una reflexión sobre el saber pedagógico y comunicativo que surge de estas experiencias, por lo que no pasan de ser prácticas puntuales y no se configuran como un espacio de conocimiento articulado a los saberes y conocimientos que circulan en la escuela, y fuera de ella.

Rodríguez plantea: en la perspectiva informacional que predomina en los medios de comunicación y TIC escolares no existe “una producción mediática significativa en las instituciones escolares” y la producción está ajustada a “modelos pedagógicos tradicionales” (2004, p. 214). Por esto señala que “la producción debe centrarse en mostrar la realidad escolar por parte de los mismos actores escolares y generar espacios de participación de la escuela con los entornos locales” (p. 216).

De allí que sea necesario que la escuela ponga su foco desde otra perspectiva. En este sentido, hace falta introducir otras reflexiones y experiencias que demuestren la importancia de producir estos medios. Al respecto, Portilla (2012) indica que, con el fin de pasar la esfera de la instrumentalización de los medios, deben proponerse como “procesos reflexivos y críticos” de los formatos y los lenguajes, los emisores y las audiencias y la “producción mediática en el contexto escolar” (p. 31). Además, entenderlos como espacios de producción de significados que conecten a la escuela con la realidad del contexto social y las nuevas (otras) sensibilidades que viven los jóvenes (Martín Barbero, 2017), de manera que quienes participen en estos proyectos se apropien del lenguaje para expresar el mundo que viven y puedan comunicar los contenidos (en diferentes formatos y lenguajes comunicativos, además del texto) tanto en su comunidad educativa como en lo posible a los habitantes del contexto social, el barrio o las unidades residenciales en la que está ubicada y tiene incidencia la institución educativa.

Desde la perspectiva de las mediaciones (Martín Barbero, 1998) se abre una posibilidad de producir medios escolares. Desde esta se

puede considerar que los estudiantes no son unos “meros receptores”, sino unos productores de sentido, con capacidad de ofrecer relatos y contenidos propios que circulen en los medios escolares de sus instituciones educativas.

Enfoque teórico-conceptual

Si bien el propósito del capítulo es destacar los conceptos propios de los actores que participan en la producción de medios escolares, es necesario considerar algunos referentes que marcan una ruta sobre la constitución de los medios escolares. Aquellos servirán como un referente frente a las ideas y concepciones propias de maestros y estudiantes.

Un hito clave en los medios escolares fue Freinet (1977), quien trabajó una propuesta pedagógica fundamentada en la expresión libre, la observación y la experimentación por parte de sus estudiantes que se publicaba en el *Diario Escolar*. Este informativo se caracterizó por privilegiar los temas propios de los estudiantes, la escritura libre y el propósito fundamental: escribir para ser leídos.

Sin embargo, en las últimas décadas surge una tendencia “instrumentalizadora” de los medios en la escuela, según Rodríguez (2004), Martín Barbero (2004) y Valderrama (2007) centrada en el medio y en la función divulgativa de las instituciones. Siguiendo con esta idea, se encuentra lo siguiente: la incorporación de medios en la educación, centrados en lo instrumental (Huergo, 2011); en el mejoramiento de habilidades comunicativas (Portilla, 2012); en el diseño instruccional (Gutiérrez, 2019), y, en el caso de las tecnologías, como instrumentos que suponen un avance para la escuela (Rojas, 2020).

Ante la necesidad de generar otras discusiones, se acude a la Educación problematizadora (Freire, 1985) y a la Pedagogía crítica (Giroux, 2008) porque se plantea la necesidad de generar la reflexión crítica, problematizar el contexto social y, sobre todo, apropiarse de la palabra para relatar el mundo desde la experiencia de vida.

Desde la comunicación, es necesario pensar en la perspectiva de las mediaciones propuestas por Martín Barbero (1998) y Morabes

(2001), en la que se plantea la necesidad de asumir la comunicación en perspectiva cultural, más allá de los medios. En el caso de este trabajo, es una invitación a generar procesos de empoderamiento en los estudiantes y a reconocer que los niños y los jóvenes también son sujetos que pueden ejercer el derecho a la comunicación (Bacher, 2009).

Romper con esos esquemas instrumentales y transmisionistas que predominan en la producción de medios escolares es llevarlos a constituirse en puntos de encuentro de la comunidad educativa, una construcción colectiva, en un producto social (Kaplún, 1998) en los que circula el conocimiento propio reflejado en los relatos que contienen la experiencia de vida de los estudiantes, la historia de los habitantes, del contexto social y de la propia escuela.

Desde la pedagogía crítica, adquiere otro significado, en el sentido de que la escuela “debe suministrar las condiciones que dan a los estudiantes la oportunidad de hablar con sus propias voces para autenticar sus propias experiencias” (Giroux, 2008, p. 256) y esta es una posibilidad que se puede dar en los medios escolares al permitir a los estudiantes relatar y narrar sus temas de interés.

Lo expuesto antes se constituye en la base para pensar que los medios escolares pueden tener otra razón de ser: la “memoria colectiva del grupo” (Kaplún, 1998, p. 205), si se tiene en cuenta que un medio de comunicación en la escuela se construye desde la palabra: “Decir la palabra, referida al mundo que se ha de transformar, implica un encuentro de los hombres para transformarlo” (Freire, 1992, p. 101). Por esta razón Bacher (2009) sostiene que existe un desafío social y es promover escenarios en los que los jóvenes descubran el poder de la palabra. “Que la perciban como herramienta para la transformación del tiempo en el que viven y que comprendan que ejercer el derecho a la comunicación es una oportunidad para establecer vías de participación ciudadana, de reflexión y creatividad” (p. 117). Estos conceptos permiten tener un panorama de la discusión teórica que existe alrededor del concepto de medios escolares y que es necesario continuar.

Metodología

Este ejercicio se cumplió en dos instituciones educativas: una oficial y una privada. La institución educativa pública seleccionada para este trabajo está ubicada en la Comuna²⁰ 8 de Medellín, en un barrio del centro oriente de la ciudad cuyos habitantes son de un nivel socioeconómico bajo. El proyecto de medios escolares se inició en el 2007 y se caracterizó por explorar diferentes medios: wiki, blog, periódico mural, emisora, noticiero, periódico y en el momento de la investigación, 2012, trabajaban con Facebook, por el que emitían un producto audiovisual de cinco minutos de duración. En la propuesta trabajaba una docente del área de Lengua Castellana y ocho estudiantes de cursos entre 8.º y 11.º, aunque no todos eran constantes. La institución tenía dos mil estudiantes desde Preescolar hasta el grado 11.º y 67 profesores que cubrían los diferentes cursos. Tenía declarado como modelo pedagógico el Cognitivo Social, con un enfoque constructivista.

Por su parte, el colegio privado está ubicado en el otro extremo de la ciudad, en el suroccidente de Medellín, Comuna 16. El barrio hace parte de familias de un nivel socioeconómico medio-alto. El colegio tenía 1.500 estudiantes desde Preescolar hasta el grado 11.º, el número de profesores era 70. En cuanto al modelo pedagógico, si bien no está definido, reconocen que es propio y basado en valores. La formación que ofrecen es académica y la institución tiene carácter confesional.

Sobre los medios escolares, en esta institución se desarrollaba una propuesta muy consolidada y permanente con dos proyectos: un periódico publicado cuatro veces al año, con 12 años de circulación permanente y 60 números publicados, y un magazín de televisión con cinco años de emisiones mensuales (excepto periodos de vacaciones)

²⁰ Se entiende por comuna una unidad administrativa de una ciudad media o principal que agrupa a su vez un número de barrios.

y con 100 emisiones hasta 2012²¹. La producción de estos medios se hacía desde la oficina de Comunicaciones, bajo la dirección de una comunicadora, quien tenía a su cargo el proyecto en el que participaban 25 estudiantes de diferentes grados de primaria y educación secundaria, con el apoyo de estudiantes de grado 11.º.

Esta investigación busca destacar el conocimiento y las ideas propias de los actores (maestros y estudiantes) basados en sus propias experiencias de producción de medios de comunicación en instituciones educativas, dado que la producción de medios en la escuela se caracteriza más por el “hacer” que por el “reflexionar” en el sentido comunicativo y educativo de estos proyectos.

Para lograr este propósito, los instrumentos aplicados fueron las entrevistas y los grupos focales. En primera instancia, basados en Alonso (1998, p. 225), se acude a las entrevistas para que el actor comparta información con el investigador, basado en sus propias experiencias y reflexiones. Desde este punto de vista, el investigador invita a los actores a expresar sus propias ideas, en este caso sobre los conceptos de comunicación, información, educación y medios escolares.

Por su parte, se aplicaron los grupos de discusión con los estudiantes a partir de la propuesta de Reguillo (1999) de utilizar esta técnica para “detonar procesos reflexivos” (p. 33) para que compartieran sus puntos de vista sobre los conceptos mencionados a partir de sus propias ideas y conocimientos como resultado de su participación como integrantes de los equipos de trabajo de los medios escolares en sus respectivas instituciones educativas.

Estos instrumentos arrojaron ideas, reflexiones y conceptos propios y se acudió a lo que propone Soler (2011) para analizar los textos obtenidos a la luz de una categoría (en este caso concepto) y luego, a partir de la transcripción del texto (*verbatim*), se procede al análisis de los temas que emergen de los textos y después se hace un cruce o relación entre ellos para enriquecer el concepto consultado.

²¹ Hasta el año 2020, iban 150 emisiones del magazín.

Por último, se procede a construir un mapa conceptual a partir de los conceptos que emergen. Este ejercicio permite identificar cuáles son las ideas que prevalecen en los actores, posibilita comprender qué entienden y qué idea propia tienen de los conceptos consultados.

Para ello se entrevistó a las dos maestras coordinadoras de los proyectos. La profesora de la institución educativa pública se desempeñaba como docente de Lengua Castellana y con estudios en Comunicación Social; llevaba al frente del proyecto cinco años en el momento de hacer el trabajo de campo. Por su parte, los estudiantes que participaron eran los integrantes del medio escolar, ocho en total. En el colegio privado, la docente al frente del proyecto era una comunicadora audiovisual, coordinadora de la oficina de Comunicaciones. Los estudiantes seleccionados fueron aquellos con más tiempo (más de seis años) y liderazgo en el proyecto.

La guía o protocolo, tanto de las entrevistas como de los grupos focales, partía de la pregunta qué entiende por comunicación, información, educación, medios escolares. Como se planteó, esta indagación hace parte de la etapa 3 de la tesis doctoral denominada “Fase Emisión”, en la que se concretan “los conceptos de la tesis”. Los resultados se comparten a continuación.

Resultados

A continuación se comparten los conceptos ofrecidos tanto por la maestra (M1) y los estudiantes de la institución educativa oficial o pública (IEO) como por la maestra (M2) y los estudiantes de la institución educativa privada (IEP).

Primera pregunta: ¿Qué entiende usted por comunicación?

(IEO)

(M1) *Es un poder que tienen los seres humanos, donde además de que se mueve información y la gente está al tanto de lo que sucede y hace conexión, conecta a las personas unas con otras y tiene el poder también de educar de que la gente adquiera una postura específica frente a un tema determinado.*

Est. 1 *La comunicación es una forma de expresarse con las demás personas.*

Est. 2 *Comunicar principalmente es como dialogar con las otras personas, dando a conocer un tema y las opiniones de cada quien.*

Est. 3 *Comunicar, informar, dar a conocer.*

(IEP)

(M2) *Para mí comunicación es transmitir un mensaje claro, a la comunidad, hablando de mi entorno, a la comunidad educativa [...], a través de los diferentes medios que se manejan en la institución. Para mí comunicación va ligada a transmitir de cualquier forma: verbal, oral...*

Est. 1 *Expresar algo, dar a entender un mensaje y comprenderlo.*

Est. 2 *Comunicación es como información propia.*

Conceptos que emergen

Trasmisión: la comunicación es un asunto de “transmitir un mensaje claro” y está dirigido a la comunidad educativa. Está relacionado con lo que sucede dentro del colegio, “en mi entorno”. La comunicación “va ligada a transmitir de cualquier forma: verbal, oral...”. De otra manera se considera que la comunicación es “transmisión”. Se asume como un puente, “transmito la información que recibo”.

Poder: asocia ese poder a la manera de brindar la información a las personas para que asuman “una postura específica frente a un tema determinado”. Se otorga una función esencial: formar, es decir, brindar información completa a los destinatarios.

Conexión: contribuye a que las personas se “encuentren” para compartir e intercambiar sus ideas y sus conocimientos, estén “conectadas unas con otras”, para que los integrantes de la comunidad educativa inicien y propaguen procesos de conversación.

Expresar: en ello coinciden algunos estudiantes del colegio privado y del colegio público. “Es una forma de expresarse con las demás personas [...] expresar, contar a las otras personas lo que uno

siente, lo que uno ha vivido”. Es la posibilidad que tienen los estudiantes de compartir y manifestar aquello relacionado con su experiencia de vida y hacerlo público a otras personas.

Dialogar: el diálogo como la posibilidad de entrar en contacto con el otro, para hablar sobre un tema o para dar a conocer una opinión. Así, el diálogo se convierte en algo cercano y próximo entre iguales, entre pares.

Informar: aparece de una manera escueta la relación comunicar = informar, relacionada como “dar a conocer” algo que es novedoso o algo de lo que las personas requieren enterarse. Está relacionado con la labor de “saber dar una información”, es decir, organizar los datos para compartirlos con las otras personas.

La figura 1 ilustra la construcción del concepto de comunicación a partir de las ideas de los estudiantes y las maestras.

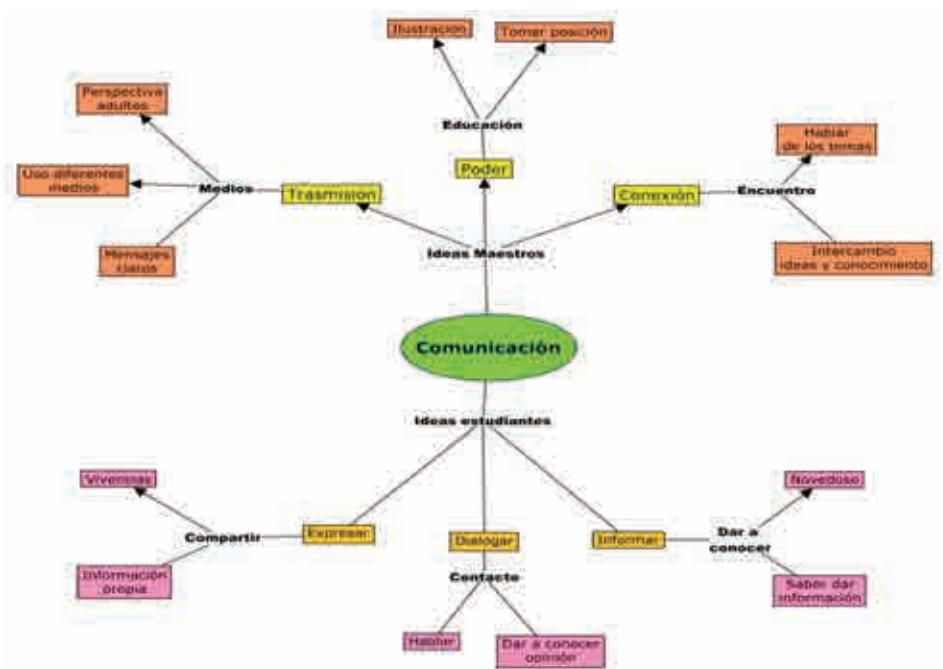


Figura 1. Esquema sobre concepto de comunicación surgido de maestras y estudiantes.

Fuente: Elaboración propia.

Segunda pregunta. ¿Qué idea tienen de la información?

(IEO)

(M1) *Una persona, además que se le está dando el dato, entiende y comprende ese dato; eso para mí debería ser realmente la información. No solamente el hecho de transmitir, sino que haya una comprensión en aquello que se transmitió.*

Est. 1 *Si la información no existiría, pues ¿nosotros qué seríamos? Nadie. Mediante la información nos comunicamos y se desarrollan nuestras vidas, nos volvemos más inteligentes.*

Est. 2 *Información nos da nuevos conceptos, nuevas ideas, la evolución de las tecnologías, de la sociedad.*

Est. 3 *La información es la que nos da a conocer las diferentes causas de algo.*

(IEP)

(M2). *Información es una serie de datos que se recolectan sea de eventos futuros o pasados acerca de la institución, para transmitírselo, comunicárselo a las demás personas. (...) la información es válida, siempre y cuando se guarde respeto a las directrices institucionales que hay.*

Est. 1 *Para mí informar implica dos cosas: implica tiempo de investigación, de indagación y de crecimiento intelectual de la persona; además, darla a los demás, y al darla a los demás vos mismo volvés y te informas.*

Conceptos que emergen

Datos: prevalece el paradigma difusionista de dar cuenta de lo que sucede en la institución como prioridad. Es un enfoque controlador y limitante porque debe estar supeditado a las normatividades y no favorece la expresión de las ideas.

Conocimiento: entender la información como conocimiento es resultado de un proceso que busca profundizar en un tema. Ello

requiere investigar el tema. También es la posibilidad de adquirir “nuevos conceptos”, “nuevas ideas” y puede llevar a las personas a “evolucionar más allá de lo que sabemos”.

Poder: es ofrecer a la gente lo que necesita para que conozca más sobre algo así tenga otra visión de los temas.

Socialización: la información tiene sentido si se comparte con el otro, por eso adquiere ese carácter social, es un bien público.

La figura 2 ilustra la construcción del concepto de información, a partir de las ideas de los estudiantes y las maestras.

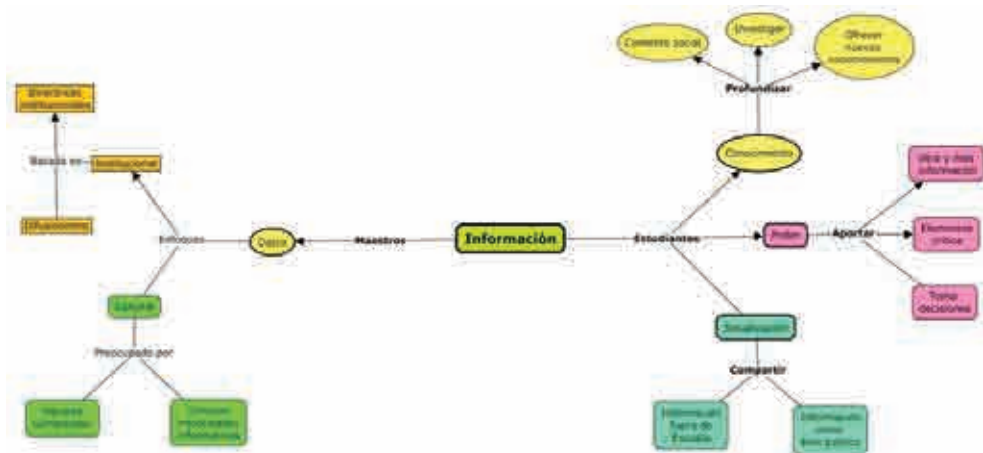


Figura 2. Esquema sobre concepto de información surgido de maestras y estudiantes.

Fuente: Elaboración propia.

Tercera pregunta. ¿Qué entiende por Educación?

(IEO)

(M1) *La educación es poder aportarle a un sujeto desde lo que conoce y desde lo que no conoce un maestro, herramientas para aprender a vivir, más allá que una suma de contenidos que se pueden olvidar en el transcurso del tiempo. Es proporcionarle al chico confianza para que desarrolle sus habilidades y herramientas para que potencialice sus competencias.*

- Est. 1 *La educación es cuando nos preparan para hacer algo.*
- Est. 2 *Es un derecho que todos tenemos que tener; la educación sirve para llegar a ser alguien en la vida, para adquirir conocimiento, adquirir experiencia.*
- Est. 3 *Puede ser formación en un tipo de institución o de grupo, donde le dan a uno a conocer cosas, informarse sobre algo que uno no sabía o que ya sabía, pero que no lo tenía bien claro.*

(IEP)

(M2) *No se trata solo de transmitir lo que el estudiante necesita cumplir para pasar el año. Se refiere a que sea capaz de que el estudiante entienda que no solo está aprendiendo, sino que está disfrutando lo que está aprendiendo.*

- Est. 1 *Es lo que nos forma como una buena persona.*
- Est. 2 *Es lo que nos hace aprender para lo que nos sirve para toda la vida.*
- Est. 3 *Es como las personas se desarrollan y ya tienen consciencia para decidir qué quieren ser en la vida.*
- Est. 4 *Es lo que nos ubica a nosotros en el mundo, aprendemos más sobre lo que hay a nuestro alrededor.*

Conceptos que emergen

Aprendizaje: relacionado con la vida cotidiana (el barrio, la ciudad, los vecinos) más que con los contenidos de los libros. Los aprendizajes se logran desde la confianza en sí mismos (los estudiantes), el conocimiento de sus propias capacidades sociales, intelectuales y humanas para que “aprendan” a vivir en comunidad y en sociedad.

Formación: orientada a la idea de llegar a ser “mejor persona”, “una buena persona”, a “ubicarse en el mundo”. Es una preocupación por el propio ser.

Institucionalidad: educación asociada a la escuela, como el lugar donde se recibe formación, información y lo necesario para conocer lo que se no se sabía.

Derecho: es un “derecho” que deben ofrecer a todos, con el propósito de “llegar a ser alguien en la vida”, es decir, una persona “formada” para participar en la sociedad y vivir con dignidad.

La figura 3 ilustra la construcción del concepto educación, a partir de las ideas de los estudiantes y las maestras.



Figura 3. Esquema de Educación surgido de maestras y estudiantes.

Fuente: Elaboración propia.

Cuarta pregunta. ¿Qué entiende por Medio de Comunicación Escolar?

(IEO)

(M1) *Es permitirles a los chicos darse la oportunidad de ser entes de comunicación [...] el medio tendría que ser una herramienta más para mejorar el proceso educativo, un aliado [...] El motor de nosotros tiene que ser educar esos muchachos, con las herramientas que haya, con lo que tengamos a mano [...], para que ellos sean realmente en todos los aspectos como debe ser.*

Est.1 *Es lo que nos da a conocer lo que pasa dentro de la institución.*

Est. 2 *Como medio comunicativo que somos, [...] nos toca hacer noticias no de los problemas que tenga la institución, sino de los acontecimientos que tenga. Mi pregunta es ¿un medio de comunicación se encarga de mostrar lo malo o mostrar las cosas buenas? Si no podemos argumentar sobre nuestra situación que estamos viviendo en el colegio y publicamos solo las cosas buenas para que quede bien entre los otros colegios, nos estaríamos afectando a nosotros mismos.*

(IEP)

(M2) *Es una herramienta que permite educar, formar, concientizar, sensibilizar a una comunidad en diferentes aspectos que me puedan rodear.*

Est. 1 *Es como una herramienta más que para transmitir información es para educar, no tanto en conocimiento como han dicho, sino como personas integrales. [...] Creo que los medios nos permiten enseñar a las personas que hay otras cosas distintas.*

Conceptos que emergen

Herramienta: asociado a la idea de instrumento, que funciona como “aliada”, como un espacio alternativo para educar y formar, sobre todo en comunidades más vulnerables.

Educación: es un espacio que permite a los estudiantes “presentar” mensajes alternativos a los que se ven en los medios tradicionales. Por tanto, es el reto que tienen este tipo de proyectos o experiencias comunicacionales: ofrecer contenidos que posibiliten la reflexión, la problematización de los hechos y una interpretación diferente de estos, más allá de la transmisión de datos.

Dar a conocer: es inherente a la función de los medios: compartir la información y los datos, relacionado con lo que “sucede” en la institución educativa. Una mirada que le da el carácter institucional que adquieren la mayoría de estos medios de comunicación, bajo un paradigma divulgativo.

Conflicto: en un medio que divulga información institucional, la crítica y la pregunta problematizadora no tienen cabida, por esto la

afirmación del estudiante suena como un detonante: hacer noticias (neutralidad), no presentar los problemas (problematización, conflicto) es evitar que los cuestionamientos surjan.

Concertación: es necesario plantear una alternativa mediadora: dar las noticias malas, para buscar un “medio de solución”, es decir, no quedarse en la polarización, sino en ofrecer respuestas a aquello “malo” que sucede en la institución educativa y en los entornos sociales donde viven los estudiantes.

La figura 4 ilustra la construcción del concepto educación a partir de las ideas de los estudiantes y las maestras.

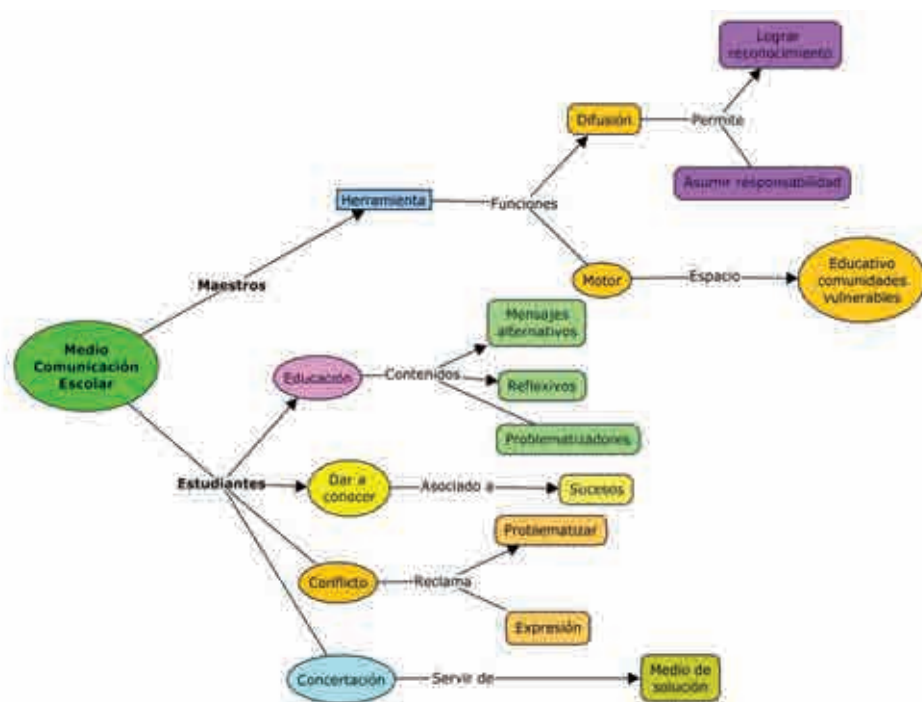


Figura 4. Esquema de medio de comunicación escolar surgido de maestras y estudiantes.

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Primero, es necesario establecer un diálogo entre las ideas que tienen los adultos (maestros y profesionales de la comunicación) con las de los estudiantes, para romper las estructuras verticales y hacerlas más horizontales, “con una actitud de mutuo aprendizaje” (Valderrama & Cubides, 2020, p. 33), en este caso como un ejercicio que permita aportar a los conceptos sometidos para el análisis.

Segundo, el concepto que se tenga de la comunicación incide en la producción de medios. Si la intencionalidad es romper con los esquemas tradicionales e instrumentales, que se aprecia en las respuestas, es necesario reflexionar sobre la comunicación más allá de estas ideas establecidas, asociadas a la transmisión y a la divulgación. Si por el contrario, se asocia la comunicación a la posibilidad de expresar ideas, a conectarse con los otros para generar procesos de diálogo (como lo expresan los estudiantes), se establece la posibilidad de ir al encuentro con los “otros”. Schmucler (1997) señala que la “comunicación es un hecho ético, es decir, político, no instrumental” (p. 150). De igual manera, para que ese diálogo sea más amplio, la escuela debe asumir los otros lenguajes de la comunicación, además del texto, que abran otras posibilidades de expresión de las ideas y permitan así comprender las “nuevas sensibilidades de los jóvenes” (Martín Barbero, 2017, p. 62) como un asunto cultural que va más allá de lo instrumental, informativo y divulgativo, más asociado a la experiencia de vida de los estudiantes.

En esta perspectiva, es necesario que la escuela asuma la comunicación como una relación horizontal (Beltrán, 2015), una puesta en común (Najmanovich, 2018), porque abre la posibilidad de generar espacios de encuentro, discusión, expresión y conexión entre maestros y estudiantes, escuela y comunidad, comunidad y escuela, estudiantes y maestros.

En tercer lugar, la información, más allá de una fidelidad a unas directrices institucionales o a la transmisión de unos datos, debe asumirse como aquello que posibilita adquirir nuevos conocimientos y

nuevas ideas, algo que aporte “al crecimiento intelectual”, como lo comparten los estudiantes. A su vez, sirve de base para que elaboren unos relatos que contengan conocimientos (Kaplún, 2010), los cuales adquieren más sentido en el momento de ser publicados. Por esto es importante que los contenidos de los medios escolares, además de llegar a sus compañeros, profesores y directivos, logren pasar los muros de la escuela para que la comunidad en general también pueda acceder a los contenidos publicados. Por esta razón, la información no puede quedarse como un acto mecánico (Beltrán, 2015), basado en el registro de unos acontecimientos o en la publicación de unos datos, sino que sirva de insumo esencial para dar a conocer los relatos del propio mundo de los jóvenes, que, a su vez, contienen conocimientos basados en la experiencia de vida.

De igual manera, es necesario tener una perspectiva de educación que encaje con los enfoques de la comunicación y la información expuestos antes. En ese sentido, la educación problematizadora (Freire, 1985) y la pedagogía crítica (Giroux, (2008) son alternativas porque tienden a plantear preguntas problematizadoras, a hacer reflexionar, a hacer lecturas de las realidades que viven los estudiantes en sus comunidades locales y en las instituciones educativas. Como indican las maestras y estudiantes, es ofrecerles las bases para “aprender a vivir”, darles las pautas para conocer y desarrollar sus potencialidades que les permitan asumir los retos de la vida. Por ello, estas perspectivas pedagógicas, asociadas a la apropiación de la palabra para relatar sus mundos, se constituyen en una alternativa en la producción de los contenidos que se publiquen en los medios escolares.

Por último, entre los maestros y estudiantes consultados si bien aún se ve a los medios escolares como “herramientas” (hacen parte de la instrumentalización indicada al inicio del capítulo) para transmitir información de lo que sucede en la institución, también se aprecian otras ideas asociadas a cuestionar, a argumentar los propios puntos de vista, a generar consciencia, a compartir pensamientos diferentes, a servir de aliados en el proceso formativo de los estudiantes.

A partir de lo anterior, es importante considerar que los estudiantes puedan encontrar en los medios escolares más que una herramienta (un instrumento), los espacios para expresar su mundo (el individual) y el mundo que los rodea (sus comunidades locales). De igual manera, para formarse en la autonomía, responsabilidad, liderazgo y respeto a la diferencia. Además, sirven de escenarios para formarse en la libre expresión de las ideas y en la responsabilidad de contar sus historias “como un acto legítimo de comunicación” (Romero, 2011, p. 50); a su vez como “espacios de conocimiento, exploración, reflexión y construcción de significados” (Portilla, 2012, p. 37) que permitan así dar a conocer los temas y contenidos resultado de una agenda propia y que lleguen a ser de interés general, tanto en su propia institución educativa como para las comunidades que la circundan.

Sumado a lo anterior, los medios escolares se pueden entender como proceso en el que “se construyen ideas y se aprende a valorar la comunicación como un bien común” (Ceballos, 2020, p. 39). Hay que asumirlos en esa dinámica cultural y formativa que posibilite la expresión de la palabra de los estudiantes y, en esa medida, el medio puede adquirir otro significado: se convierte en memoria en la medida en que da cuenta de lo que sucede en la institución, en la vida de los alumnos y en los contextos sociales que habitan; es una construcción colectiva cuando deja de ser resultado de unos esfuerzos individuales y se convierte en producto de decisiones comunes y del trabajo en equipo.

Ante la escasa literatura académica en el tema de los medios escolares y la necesidad de reflexionar sobre estos con estudiantes y maestros, es importante continuar estos ejercicios consultivos de manera permanente, porque permiten conocer lo que piensan quienes están involucrados en estos proyectos y luego relacionarlos con las elaboraciones conceptuales llevadas a cabo por los investigadores e interesados en estudiar el tema. Esta es una manera de aportar a la construcción del concepto y también de visibilizar los propios conocimientos de quienes están involucrados en estos proyectos.

Referencias

- Alonso, L. (1998). Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa. En J. Delgado, J. Gutiérrez (Eds.), *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales* (2ª. reimpresión) (pp. 225-240). Editorial Síntesis, S. A.
- Bacher, S. (2009). *Tatuados por los medios*. Paidós
- Beltrán, L. (2015). Adiós Aristóteles: la comunicación horizontal. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 12(23), 136-158. <https://bit.ly/30gzKH9>
- Ceballos, J. (2015). *Medios de comunicación escolar, educación y ciudadanía. Una mirada desde las mediaciones* [Tesis doctoral] <https://bit.ly/3v9cxVM>
- Ceballos, J. (2020). Apuesta teórica. En J. Ceballos, J. Forero, A. Álvarez, L. Rojas, *Medios escolares, posibilidades y retos para empoderar sujetos políticos y productores de sentido en la escuela* (pp. 19-41). <https://bit.ly/3c4FdX7>
- Freinet, C. (1977). *El diario escolar*. (2ª. ed.). Editorial Laia.
- Freire, P. (1985). *Pedagogía del oprimido*. (33ª. ed.) Siglo XXI Editores.
- Freire, P. (1992). *La educación como práctica de la libertad*. (41ª. ed.). Siglo XXI Editores.
- Giroux, H. (2008). *Teoría y resistencia en educación*. (7ª. ed.). Siglo XXI Editores.
- Gutiérrez, G. (2019). De la educación a la comunicación-educación en la cultura. Invisibilidades, saberes emergentes y metodologías en construcción. *Chasqui. Revista latinoamericana de Comunicación*, (141), 365-376. <https://bit.ly/3db2XdI>
- Huergo, J. (2001). *Comunicación/educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas*. Universidad Nacional de La Plata.
- Huergo, J. (2011). Comunicación/Educación: del desorden cultural al proyecto político. En C. Giordano et al. (Eds.), *Cuestiones sobre comunicación y educación* (pp. 20-39). Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de La Torre.

- Kaplún, M. (2010). Una pedagogía de la comunicación. En R. Aparici (Coord.). *Educomunicación: más allá del 2.0* (1ª. ed.) (pp. 41-61). Gedisa.
- Martín Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura, hegemonía*. Convenio Andrés Bello.
- Martín Barbero, J. (2004). *Oficio de cartógrafo*. Fondo de Cultura Económica.
- Martín Barbero, J. (2017). Cambios culturales, desafíos y juventud. En J. Martín Barbero, *Jóvenes entre el palimpsesto y el hipertexto* (pp. 57-82). Ned Ediciones.
- Morabes, P. (2001). Comunicación/Educación: trayectorias y representaciones en los docentes y sus propuestas escolares. En D. Crovi (Coord.), *Comunicación y educación, la perspectiva latinoamericana* (pp. 207-239). Instituto latinoamericano de la Comunicación Educativa.
- Najmanovich, D. (2018). Comunicación y producción de sentido: un abordaje no disciplinado. *Nómadas*, (49), 27-45. <https://bit.ly/3ef3dd0>
- Portilla, A. (2012). *Medios de comunicación escolar: concepciones e implicaciones* [Tesis de maestría, Universidad Pedagógica Nacional]. Repositorio institucional Universidad Pedagógica. <https://bit.ly/3wrxaMH>
- Reguillo, R. (1999). De la pasión metodológica o de la (paradójica) posibilidad de la investigación. En R. Mejía, S. Sandoval (Coords.), *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde las prácticas* (1ª. reimpresión) (pp. 17-38). Iteso.
- Rodríguez, J. (2004). Medios y tecnologías de la información y la comunicación: una caracterización de las prácticas en instituciones escolares de Bogotá. *Revista Colombiana de Educación*, (46), 186-218.
- Rojas, L. (2020). Otra oportunidad para formar, producir y crear. Una mirada de la cultura digital y su apropiación a partir de los medios escolares digitales. En J. Ceballos, J. Forero, A. Álvarez, L. Rojas, *Medios escolares, posibilidades y retos para empoderar sujetos políticos y productores de sentido en la escuela* (pp. 165- 204). <https://bit.ly/3c4FdX7>
- Romero, M. (2011). Nuevos paisajes para los medios escolares en los terrenos de la sociedad de la información. *Holográfica*, 2(14), 45-66. <https://bit.ly/3uX6cwv>
- Schmucler, H. (1997). *Memoria de la comunicación*. Biblos.

- Soler, P. (2011). La investigación cualitativa. Un enfoque integrador. En L. Vilches (Coord.), *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital* (1ª. ed.) (pp.189-235). Gedisa
- Toro, I., & Parra, R. (2010). *Fundamentos epistemológicos de la investigación y la metodología de investigación cualitativa/cuantitativa*. Fondo Editorial Eafit.
- Valderrama, C. (2007). *Ciudadanía y comunicación. Saberes, opiniones y haceres escolares*. Siglo del Hombre Editores, Universidad Central Iesco. <https://doi.org/10.4000/books.sdh.377>
- Valderrama, C., & Cubides, H. (2020). Prácticas de colectivos sociales y revolturas del campo de Comunicación-Educación. En J. C. Amador et al. (Eds), *Comunicación-Educación en contextos de globalización, neoliberalismo y resistencia* (1ª ed.) (pp. 19-41). Editorial Universidad Distrital Francisco José de Caldas. <https://bit.ly/3wV1aRI>

Producción ecosostenible: el camino para una comunicación audiovisual comprometida*

Eco-sustainable production: the path for a committed
audiovisual communication

Martha C. Romero-Moreno²², Eduardo Correa Barrios²³

Resumen

El texto da cuenta de un estudio realizado para identificar el impacto ambiental que generan las producciones audiovisuales, en procura de ofrecer opciones que permitan minimizar la huella de carbono y promover un uso más eficiente de la energía con producciones ecosostenibles. La investigación fue de tipo exploratorio y aplicada; para su desarrollo se usaron fuentes del sector audiovisual, medición de las emisiones de carbono durante las etapas de producción y revisión documental relacionadas con el tema. Esta

* Este capítulo se ha elaborado a partir del proyecto de investigación Guía de producción audiovisual sostenible, realizado en 2020 y avalado por la Universidad Autónoma del Caribe.

²² Comunicadora social. Periodista, Universidad Autónoma del Caribe. Licenciada en Lenguas Modernas, Universidad del Atlántico. Especialista en Gerencia de Proyectos, Universidad de Sucre. Especialista en Pedagogía para el desarrollo del aprendizaje autónomo, Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Magíster en Comunicación, Universidad del Norte. Doctora en Comunicación, Universidad del Norte. Líder del grupo de investigación Área de Broca: Medios, Lenguaje y Sociedad. Docente del programa de Comunicación Audiovisual en la Universidad Autónoma del Caribe. Correo institucional: martha.romero17@uac.edu.co Correo personal: mceromero@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0190-7240>

²³ Profesional en Producción y Dirección de Radio y Televisión/ Comunicación Audiovisual en la Universidad Autónoma del Caribe-Barranquilla, Colombia, Semillero de investigación grupo Área de Broca: Medios, Lenguaje y Sociedad. Correo institucional: eduardo.correa@uac.edu.co

investigación centró su enfoque en la base teórica de la ecoeficiencia, la acción razonada y los principios conceptuales de la comunicación, educación y medio ambiente. Entre los resultados obtenidos se determinó que las etapas de producción en las que se evidencian más emisiones de carbono son la producción y la posproducción, siendo esta última en la que más recursos energéticos se gastan. Se constató también que en el mercado audiovisual ya se cuenta con marcas o fabricantes de productos de línea verde, los cuales se van abriendo paso por la demanda cada vez mayor de producciones amigables con el medio ambiente (*ecofriendly*) debido a las políticas que han adoptado algunos países, especialmente en Europa, y a la promoción de la agenda 2030 de la ONU con los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS (ONU, 2015), en especial del objetivo 12, que trata sobre producción y consumo responsables. En Colombia aún no se exigen de manera obligatoria medidas medioambientales relacionadas con la producción audiovisual.

Palabras clave: Producción audiovisual, desarrollo sostenible, ecoeficiencia energética, comunicación audiovisual.

Abstract

The paper is about research to identify the environmental impact caused by audiovisual productions, to minimize the carbon footprint and promote a more efficient use of energy with eco-sustainable productions. The type of research was exploratory and applied. For its development, sources from the audiovisual sector, measurements of carbon emissions during the production stages and literature review related to the subject were used. This research focused on the theory of eco-efficiency, the theory of reasoned action and the conceptual principles of communication, education and the environment. Among the results obtained, it was determined that the production stages in which more carbon emissions are evidenced are production and post-production, the latter being where more energy resources are used. It was also identified that in the audiovisual market there are already brands and/or manufacturers of green line products, which are making their way due to the increasing demand for environmentally friendly productions (*ecofriendly*), due to regulations that some countries have already

adopted, especially in Europe, and the promotion of the UN 2030 agenda (Sustainable Development Goals), especially goal 12 on responsible production and consumption. In Colombia, environmental measures related to audiovisual production are not yet mandatory.

Key words: Audiovisual production, sustainable development, energy efficiency, audiovisual communication.

Introducción

Colombia es uno de los países con mayor biodiversidad en el mundo; sin embargo, el país, así como el resto del mundo se encuentran en alerta por la crisis ambiental que atraviesan, dada especialmente por contaminantes sólidos como los plásticos de un solo uso, la creciente huella de carbono y la ineficiencia energética en casi todas las prácticas modernas. Con el fin de conjurar esta crisis, la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2015 estableció los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), designó el objetivo número 12 a la producción y consumo responsable, refiriéndose en él al fomento y uso eficiente de los recursos y la energía, la construcción de infraestructuras que no dañen el medio ambiente, la mejora del acceso a los servicios básicos y la creación de empleos ecológicos, justamente remunerados y con buenas condiciones laborales (ONU, 2015). La intención, ya no individual, sino un compromiso mundial, se debe traducir en una mejor calidad de vida para todos, para lo cual los países se comprometen con sus firmas a desarrollar estrategias para rebajar los costos económicos, ambientales y sociales de cada nación, así como a aumentar la competitividad y reducir la contaminación en los sectores productivos; la ONU cada año revisa y controla su cumplimiento con acciones de mejora consensuadas.

No es una novedad que además de las naciones con sus firmas protocolarias, muchos ciudadanos, en especial las generaciones más jóvenes, se han apropiado de la bandera de la sostenibilidad no solo

con discursos, sino también con movilizaciones a nivel individual y colectivo en las que exigen a líderes mundiales, gobiernos y a las generaciones que les antecedieron el cumplimiento o generación de políticas y acciones tangibles para un desarrollo sostenible y respetuoso con los ecosistemas.

Desde el informe Brundtland, elaborado por la ONU a finales de la década de los ochenta, se pide un desarrollo que satisfaga las necesidades de las generaciones actuales, sin que por ello se deba comprometer la capacidad de las próximas generaciones de satisfacer sus necesidades (ONU, 1987). En cada década lo ambiental pasa de manera cíclica de norma a moda, de moda a conciencia, de concienciación a casi olvido, sin desaparecer del todo como intención de buscar mejor vida para todos y todas.

En la actualidad, el desarrollo sostenible es una importante preocupación social y se empiezan a observar esfuerzos por cambiar los modelos productivos. Hay sectores como el eléctrico, la alimentación o el transporte, en los que los cambios necesarios resultan más evidentes, pero las industrias a gran escala no son las únicas que deben tomar partido en este cambio, pues grandes o pequeñas, todas tienen responsabilidad en el resultado final. Una de esas industrias es la audiovisual, que año por año colabora directamente para que las cifras y las repercusiones en el medio ambiente sean cada vez mayores.

Aunque la industria²⁴ audiovisual pareciera no homologable a otras industrias, con excepción del negocio asentado en Hollywood (Estados Unidos) y en Bollywood (India), cada vez el mercado es más estable y diverso con la participación de empresas que producen contenidos por demanda, la creciente oferta de canales especializados y el aumento del consumo a través de pantallas. Por ello, desde el campo de la comunicación, se alzan voces que piden seguir confrontando la investigación de los medios con una mirada que incluya el

²⁴ Se denomina industria una determinada actividad económica, con su técnica pertinente y establecida, cuya generación de productos en un determinado periodo de tiempo alcanza un número aproximado que permite su continuidad en el tiempo, funcionando bajo las reglas del mercado.

buen vivir, así como la realidad del ser humano en dependencia del entorno natural y los riesgos ambientales globales que lo acechan (Barranquero, 2012).

Entre los insumos que usa esta industria se encuentran el uso de tecnología y elementos electrónicos, papeles para la creación de guiones, materiales diversos para los decorados, luces para iluminación, medios de transporte, suministro de alimentos, uso de escenarios, vestuario, maquillajes, etc. Hay, además de lo material, otro punto para tener en cuenta al estudiar la contaminación que produce la industria audiovisual, este hace referencia a sociedad del espectáculo, la proliferación de pantallas introducidas en la vida cotidiana, así como a los contenidos mismos (Mastantuono, 2017).

Atendiendo a esta realidad, se desarrolla esta investigación que tuvo como objetivo indagar la situación del sector audiovisual en Colombia ubicando el lugar de enunciación en las prácticas audiovisuales verdes o sustentables, teniendo como objetivos específicos identificar cuáles son los procesos de la producción audiovisual en los que ocurre mayor generación de contaminantes, determinar escalas de gasto de recursos y niveles de contaminación que se pueden reducir con prácticas amigables con el medio ambiente en la industria audiovisual y establecer los elementos y procesos sustentables alternativos que pueden ser utilizados durante la producción audiovisual.

Se justifica hacer esta mirada por la intervención que los programas de formación en comunicación audiovisual y similares pueden tener con los futuros profesionales en el área, por lo cual desde la academia y las prácticas audiovisuales se debe procurar gestionar y producir conocimiento que aporten a los procesos de transformación del campo. Resultará de utilidad tanto para los futuros realizadores audiovisuales en formación como para aquellos que reivindican la introducción de parámetros ecosustentables en las prácticas cotidianas. Asimismo, debido a que el productor es el encargado de la administración y el manejo de los proyectos, el llegar a dejar un insumo tipo guía o lista de chequeo se constituirá en la herramienta para la toma de decisiones, desde la preproducción hasta la edición y el mon-

taje, causará una reducción del impacto ambiental, así como de la inversión en la producción de contenidos.

Por lo anterior, la pregunta que se genera y será resuelta a lo largo del capítulo es qué recursos y procesos pueden ser utilizados en las fases de preproducción, producción y posproducción para desarrollar una producción audiovisual más sustentable y amigable con el medio ambiente.

Mirada verde desde la academia y las empresas del área audiovisual

La filosofía o conciencia de lo verde en la industria audiovisual ha sido tema de interés a nivel internacional, lo que se suma a normas, leyes y políticas que las administraciones locales implementan, en especial en Europa, siendo España líder en la promoción del denominado *green filming* o rodajes sostenibles. Ejemplo de ello son las producciones como *Jurassic World: El reino caído*, *Spider-Man 2* o la serie *Juego de Tronos*, las cuales son consideradas respetuosas con el medio ambiente por el trabajo dedicado a disminuir el uso de plásticos de un uso, transportarse en tren, usar para la alimentación del personal proveedores locales, utilización de iluminación *LED* y donación para las escuelas de la comida e insumos no utilizados.

Otro ejemplo europeo de promoción de lo medioambiental en la industria audiovisual se logra en 2017 con el lanzamiento del proyecto “Green Screen” (GECOTTI-PE, 2021), el cual se planeó para 5 años con un presupuesto inicial de 2,2 millones de euros que busca identificar el nivel europeo y aplicar a nivel regional políticas medioambientales que permitan reducir la huella de carbono de la industria audiovisual, como también compartir buenas prácticas. Uno de sus logros más importantes lo obtuvieron a través de la empresa Promálaga en España, donde crearon una calculadora que para más que medir las emisiones peligrosas está adaptada a las actividades de producción audiovisual, y desde la misma Administración Municipal de Málaga (Promálaga, 2021) implementan acciones para que se logre conciencia desde los actores de la escena audiovisual delante y detrás de las cámaras.

La academia también ha hecho lo propio, insiste cada vez más en el tema de producciones sostenibles para crear conciencia en el medio del impacto de las propias producciones en el entorno, reconociendo qué elementos son perjudiciales y cuáles son capaces de reducir estos efectos nocivos (Núñez, 2014). No obstante, aún no se ha logrado incidir en los currículos con cátedras específicas. Lo que sí se ha logrado es promover producciones de ficción y documentales con un contenido medioambiental que comienzan a ocupar lugar en los festivales de primera categoría. También se presenta una tendencia emergente en la creación de filmes dedicados exclusivamente a este tipo de temática. Surge entonces una dicotomía al observar el intento de concientización sobre el problema de la sustentabilidad, pero no la aplicación o análisis desde una perspectiva industrial.

Interesante para el área académica de la comunicación audiovisual, como también para la industria audiovisual, fue el desarrollo de *The Code of Best Practices in Sustainable Filmmaking* (Código de mejor práctica y producción audiovisual sostenible [traducción propia]), de Chris Palmer (2011), director del Center for Environmental Filmmaking for the School of Communication (Centro de Formación Ambiental de la Facultad de Comunicación [traducción propia]). Se trata de un proyecto que ha sido elaborado pensando en el ahorro y la ayuda ambiental que se puede realizar durante una producción audiovisual, respondiendo a una necesidad detectada entre los miembros de la industria –cineastas y empresarios– en una encuesta realizada por la Universidad Americana en Washington. Este estudio demostró aportar herramientas que ayudan a un realizador audiovisual en una producción o filmación sustentable. Entre estas herramientas se pueden destacar el listado de verificación, que contiene las acciones necesarias para una creación sustentable, y la lista de seguimiento, que rastrea las producciones que utilizan energía y producen emisiones de carbono.

Las mismas empresas audiovisuales han procurado hacer sus avances en el tema de la producción verde, entre ellas la National Broadcasting Company Incorporated (NBC), que en 2007 lanzaron

la campaña denominada Our Green Is Universal, cuya premisa principal, la del “verde universal”, indica un compromiso de la empresa con una política ecologista. En sus producciones incluían disminución de su huella contaminante y educar a la audiencia con programas de temáticas ambientalistas. Asimismo, para Warner Brothers Entertainment (2014), una productora audiovisual consciente del impacto ambiental causado por el cine y la televisión, su objetivo es preservar los recursos naturales, disminuir el consumo de energía y agua y concientizar al mundo acerca de la necesidad de proteger el medio ambiente. Esta empresa adoptó una política verde concentrándose en cinco áreas: la energía, la producción audiovisual, la construcción verde, la reducción de residuos y los productos. Se destaca el uso de paneles solares en el techo de sus edificaciones.

Grandes empresas se han unido también para lograr la Guía de Producción Verde, desarrollada por la Fundación del Gremio de Productores de América (PGAF, 2010), con el apoyo principal de Paramount Pictures, HBO, Netflix, Disney, Warner Bros y 20th Century Fox, entre otras grandes compañías. En el sitio web de la PGAF se cuenta con una base de datos mundial de proveedores que brindan bienes y servicios sostenibles, así como herramientas y recursos para ayudar a implementar un plan sostenible para cualquier tamaño o tipo de producción.

El desarrollo sustentable

El desarrollo sustentable tiene sus orígenes en 1972, en la publicación del Informe al Club de Roma, *Los Límites del Crecimiento: Un Informe del Proyecto del Club de Roma*, sobre el predicamento de la humanidad, el cual señalaba la existencia de límites físicos al crecimiento debido al agotamiento previsible de los recursos naturales y a la incapacidad global de asimilación de los residuos del planeta.

Luego este planteamiento es retomado casi 20 años después en el debate internacional y se realiza a través del Informe elaborado en 1987 por Gro Harlem Brundtland, *Nuestro Futuro Común* (conocido como Informe Brundtland). De allí surgió la Comisión Brund-

tland, la cual, en sus deliberaciones, definió el desarrollo sustentable como aquel que provee las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para solventar sus propias necesidades (ONU, 1987). En virtud de ello, se deducen dos conceptos básicos: atención a necesidades y equidad transgeneracional, es decir, que la generación actual y las próximas no comprometan ni maltraten el medio ambiente para conservarlo en las mejores condiciones posibles.

El desarrollo sustentable tiene tres pilares:

- Ambiental: Se fundamenta en el mantenimiento de la integridad y, por lo tanto, de la productividad a largo plazo de los sistemas que mantienen la infraestructura ambiental y por extensión la vida en el planeta. La sustentabilidad ambiental requiere el uso de los bienes ambientales de forma que no se disminuya la productividad de la naturaleza ni la contribución general de los bienes y servicios ambientales al bienestar humano.
- Económico: Las sociedades que se encaminan por sendas de crecimiento económico que generen un verdadero aumento del ingreso y no apliquen políticas a corto plazo que conduzcan al empobrecimiento a largo plazo.
- Social: Un desarrollo sostenible presupone que la equidad y una comprensión de la interdependencia de las comunidades humanas son requisitos básicos para una calidad de vida aceptable, que es el principal objetivo del desarrollo.

La ecoeficiencia y la industria audiovisual

La ecoeficiencia se obtiene por medio del suministro de bienes y servicios con precios competitivos, que satisfacen las necesidades humanas y dan calidad de vida, al tiempo que reducen progresivamente los impactos ecológicos y la intensidad de uso de los recursos a lo largo de su ciclo de vida a un nivel por lo menos acorde con la capacidad de carga estimada de la Tierra. En pocas palabras, se relaciona con crear más valor con menos impacto.

La ecoeficiencia lleva a obtener más valor de menos recursos, por medio del rediseño de productos y servicios y a través de nuevas soluciones. El Business Council for Sustainable Development (BCSD) usó por primera vez el término ecoeficiencia; era difícil prever qué tan importante se volvería el concepto que se ha convertido en una tendencia mundial. El término ecoeficiencia fue realmente utilizado primero por los investigadores Schaltegger y Sturm en 1990.

Los objetivos de la teoría de la ecoeficiencia incluyen:

- Reducir el consumo de recursos: Comprende minimizar el consumo de agua, energía, materiales y uso del suelo, aumentar el reciclaje y la durabilidad del producto y cerrar el ciclo de los materiales.
- Reducir el impacto ambiental: Abarca minimizar emisiones, vertimientos, disposición de residuos y el consumo racional de los recursos naturales.
- Suministrar más valor con el producto o servicio: Significa dar más beneficios a los usuarios por medio de la funcionalidad, la flexibilidad y la modularidad del producto, entregando servicios adicionales y enfocándose en vender la solución a las necesidades de los clientes.

En el caso de la industria audiovisual, se ha determinado, a partir de los gastos energéticos y de la cuantificación de la huella de carbono, así como del impacto de residuos, que las posibilidades de lograr la ecoeficiencia estarían en acciones de

Accesibilidad y localización: Evitar el traslado a largas distancias o recurrir a medios de transporte eléctricos o ecológicos. Las videoconferencias y seminarios web son también una buena elección.

Alimentación: Uso de alimentos orgánicos, locales; donación responsable de excedentes; no empaquetar en plástico ni en icopor. Reducir su utilización y en lo posible no emplear plásticos de un uso, como botellas para el agua. Cambiarlas por envases de aluminio o de vidrio reutilizables.

Comunicación digital: Evitar el uso de papel o utilizar de reciclaje o biodegradable y en lo posible propender a la comunicación digital como correos, mensajería instantánea y otros canales.

Empleo de tecnologías eficientes: El uso de TIC como *video-mapping* y escenarios digitales puede reducir mucho el uso de elementos de escenografía. Otro recurso tecnológico sostenible es la iluminación *LED*, actualmente considerada como la forma de iluminación más eficiente y ecológica.

Metodología

El desarrollo de esta investigación fue de tipo exploratorio y aplicado, ya que con la información y resultados obtenidos se diseñó una guía sustentable para las producciones audiovisuales que pueda ser implementada por las productoras y los futuros creativos de esta área, para ayudar a reducir la huella de carbono y demás consecuencias ambientales que genera esta actividad, a la cual se pueda crear en Colombia o en el mundo audiovisual más contenido amigable con el medio ambiente.

La población de la que se extrajo la información necesaria para la investigación fueron productores audiovisuales de la región Caribe, con una muestra no probabilística por conveniencia. En la muestra se clasificaron tres productoras audiovisuales (6609Films, Sunshine Media y Tres Hermanos) para realizar la encuesta y se tomó una de las producciones de 6609Films para medir los índices de producción de carbono en una de sus grabaciones.

Para el desarrollo del proyecto se recolectó información por medio de:

- Encuesta virtual con preguntas cerradas a productores (formato propio)
- Entrevistas (abiertas y a profundidad con las empresas Promálaga y EcoFilm de Málaga)
- Calculadora de CO₂ (se hizo con apoyo de ingeniero ambiental de la Universidad Autónoma del Caribe)

- Revisión documental de proyectos de investigación y artículos a través de la web

Tabla 1. Ítems sometidos a evaluación

Proceso	Actividades	Aspectos ambientales	Impacto ambiental
Preproducción	<ul style="list-style-type: none"> - Reuniones en la oficina - Luz encendida (empleo de bombillos) - Disminución del calor (aire acondicionado encendido) - Utilización de tecnología Inverter - Disponibilidad de equipos (computadores encendidos) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tiempo de uso de aire acondicionado. 2. Tiempo de uso de lámparas en el establecimiento 3. (indicar si es luz LED, luz incandescente, fluorescente compacta). 4. Tiempo de uso de computadores. 	Emisiones de gases de efecto
Producción	<ul style="list-style-type: none"> - Grabar el contenido audiovisual ya establecido - Transporte - Estadía a la hora de realizar producciones fuera de la ciudad de origen. - Comprar materiales para la escenografía. - Alimentación para el equipo de trabajo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tiempo de carga de equipos de video (cámaras). 2. Número de baterías recargables para el uso de las cámaras 3. (indicar tiempo de carga). 4. Tiempo de uso de luces (especificar cantidad de luces y tipo de luces). 5. Tipo de combustible para vehículos (indicar el número de vehículos y la cantidad de kilómetros recorridos a los escenarios). 6. Uso de planta eléctrica (especificar cuánto tiempo la usaron y tipo de combustible). 	Emisiones de gases de efecto
Posproducción	<ul style="list-style-type: none"> - Editar el contenido audiovisual - Seleccionar lugar para la edición del producto - Compra de suministros (bebidas, comida, etc.) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tiempo de uso de computadores para la edición. 24 horas (8 horas por 3 días). 2. Tiempo de uso de luces para la edición. 24 horas (8 horas por 3 días). Luz LED blanca. 3. Tiempo de uso de aire acondicionado. 24 horas de edición (8 horas por 3 días). 4. Tiempo de edición. 8 horas por tres días. 	Emisiones de gases de efecto

Fuente: Elaboración propia.

Resultados

Luego de aplicar todos los instrumentos de recolección de información queda evidenciado que existen marcas o fabricantes de artículos que producen una línea verde o respetuosa del medio ambiente que se han abierto paso debido a la demanda del mercado y principalmente por la crisis ambiental que vive nuestro planeta. Muchos de estos productos a su paso convierten los artículos contaminantes en obsoletos y los hacen a un lado en el comercio. Es muy interesante ver cómo en muchos aspectos de la producción audiovisual prima el concepto de las tres R (Reúsa, Recicla, Reduce), aparte de las múltiples estrategias que se implementan para reducir los costos de transporte, instalación y alimentación. De esta forma, se logra generar un balance favorable en sus producciones en los aspectos ambientales y económicos.

Como segundo aspecto, en el análisis de las mediciones de los niveles de contaminación de emisión se verificó que en las etapas de producción en las que más se evidencian emisiones de CO₂ son la producción y posproducción, siendo esta última la que más contaminación genera, cerca de 865,8 kg de CO₂, en la que más recursos energéticos son gastados, debido a las jornadas extenuantes de edición.

Estos gastos se cuentan en horas de uso de computadores, sistemas de climatización (en este caso aires acondicionados) y luces utilizados en los espacios de edición. La etapa de producción se ubica de segunda, al emitir 86,46 kg de CO₂. En ella los niveles más altos de contaminación emitidos son atribuidos al consumo de combustibles fósiles de los vehículos utilizados para el transporte de personal y del equipo filmico, así como a las plantas energéticas utilizadas.

La etapa de preproducción tiene el nivel de emisiones más bajo, 10,66 kg de CO₂. Esta cantidad está dada por el gasto energético de las luces del lugar de reunión, aires acondicionados y computadores, que evidentemente son usados por menos tiempo que en la etapa de posproducción. El total de emisiones de esta producción realizada por Sunshine Media equivale a 962,92 kg de CO₂. Estas cantidades pueden ser disminuidas implementando algunos cambios de artículos de nuestra lista.

Tabla 2. Datos de la calculadora de carbono

Actividad	Datos suministrados	Resultado
Tiempo de uso de aire de acondicionado	A.C. 12.000 BTU 12 horas	7,6 kg de CO ₂
Tiempo de uso de lámparas en el establecimiento (especificar cantidad de luces y tipo de luces)	Bombillo LED 20 de vatios 12 horas	0,1 kg de CO ₂
Tiempo de uso de computadores	Computadores de 220 vatios 8 horas	2,96 kg de CO ₂
Tiempo de carga de equipos de video (cámaras)	Cámaras de video 2 horas	4,88 kg de Co ₂
Número de baterías recargables para el uso de las cámaras (indicar tiempo de carga)	2 horas cada batería (4 baterías)	14.800 kg de Co ₂
Tiempo de uso de luces (especificar cantidad y tipo)	12 horas dos luces LED de 24 vatios	8,88 kg de CO ₂
Tipo de combustible para vehículos (indicar el número de vehículos y la cantidad de km recorridos al lugar)	Gasolina, 2 autos, 37 km.	14,1 kg de CO ₂
Uso de planta eléctrica (especificar cuánto tiempo y tipo de combustible)	12 horas de uso Gasolina.	43,8 kg de CO ₂
Tiempo de uso de computadores para la edición	24 horas de edición (8 horas por 3 días)	129,50 kg de CO ₂
Tiempo de uso de luces para editar (especificar cantidad y tipo)	24 horas de edición (8 horas por 3 días) Luz LED blanca	37,00 kg de CO ₂
Tiempo de uso de aire de acondicionado	24 horas de edición (8 horas por 3 días)	666,00 kg de CO ₂
Tiempo de edición	24 horas de edición (8 horas por 3 días)	33,30 kg de CO ₂
	Total	962,92 kg de CO₂

Fuente: Elaboración propia.

Los hallazgos de la encuesta se dividen en las tres etapas de la producción antes mencionadas, cada una separada por diferentes ítems, que varían de acuerdo con la necesidad de cada etapa. En el ítem de energía las preguntas van relacionadas con las estrategias o

acciones que permitirán reducir el consumo y gasto energético. NO representa la falta de implementación de estas medidas en el momento de estar en esta etapa y SÍ es respuesta favorable a estas preguntas.

En suministros, las preguntas van orientadas a los gastos que se tienen en los insumos de oficina, como papel, tinta, compra de muebles, de productos de limpieza, almacenamiento de datos e impresión de documentos. NO representa la falta de implementación de estas medidas en el momento de estar en esta etapa y SÍ es respuesta favorable a estas preguntas.

En transportes, la encuesta señala preguntas vinculadas a estrategias para el uso de muchos vehículos y evalúa la manera como los miembros del equipo se movilizan a su punto de trabajo, tipo de vehículos y combustible y si hacen uso de herramientas tecnológicas para evitar traslados. NO representa la falta de implementación de estas medidas en el momento de estar en esta etapa y SÍ es respuesta favorable a estas preguntas.

En la etapa de producción se encuentra el ítem de estadía, ya que durante esta las jornadas muchas veces requieren trabajo de varios días; por lo tanto, necesitan mantenerse en el área de grabación. Las preguntas vinculadas se refieren al tipo de hospedaje y si cuenta con certificados ambientales. NO representa la falta de implementación de estas medidas en el momento de estar en esta etapa y SÍ es respuesta favorable a estas preguntas.

En las siguientes tablas se muestran los diferentes porcentajes de los ítems y etapas de la producción; se dejan en evidencia los niveles de conciencia y conocimiento ambiental en el medio audiovisual.

En la etapa de preproducción se observa que en los aspectos de energía y suministro el NO contiene la mayor proporción (el 55 % de las respuestas), lo que muestra la falta de implementación de las estrategias en las que se basan las preguntas. En cambio, en transporte hay un alto nivel de favorabilidad (85 %), es decir, las estrategias evidenciadas en las preguntas en su mayoría son implementadas por las productoras.

Tabla 3. Nivel de conciencia y conocimiento ambiental. Preproducción

Preproducción	No	Sí
Energía	55%	45%
Suministro	55%	45%
Transporte	15%	85%

Fuente: Elaboración propia.

En la etapa de producción, en los aspectos de energía el NO cuenta con el mayor porcentaje (53 respuestas), en suministro 50 y en estadía 60. Esto muestra la falta de implementación de las estrategias en las que se basan las preguntas. En cambio, en transporte hay un alto nivel de favorabilidad (73 %). Es decir, las estrategias evidenciadas en las preguntas en su mayoría son implementadas por las productoras.

Tabla 4. Nivel de conciencia y conocimiento ambiental. Producción

Producción	No	Sí
Energía	53%	46%
Suministro	50%	50%
Transporte	26%	73%
Estadía	60%	40%

Fuente: Elaboración propia.

En la etapa de posproducción en los aspectos de energía, el NO tiene el mayor porcentaje (55 respuestas), lo que da a entender la falta de implementación de las estrategias en las que se basan las preguntas, al igual que en los ítems de transporte (55%). En cambio, en suministro el nivel de favorabilidad es del 55 %. Es decir, las estrategias evidenciadas en las preguntas son implementadas de cierta forma por las productoras.

Tabla 5. Nivel de conciencia y conocimiento ambiental. Posproducción

Posproducción	No	Sí
Energía	30%	70%
Suministro	45%	55%
Transporte	55%	45%

Fuente: Elaboración propia.

En este último ítem se evalúan aspectos más generales en cuanto a la convivencia con la fauna, la flora, las personas nativas de los territorios o lugares en las que se encuentran y el proceso correcto en la erradicación y disposición de residuos electrónicos. El grado de favorabilidad es 55 %, lo que significa que a pesar de tener más de la mitad de las respuestas afirmativas, aún se necesitan más información y estrategias en las productoras para alcanzar un grado de mucha más conciencia y acciones en pro del medio ambiente.

Tabla 6. Nivel de conciencia y conocimiento ambiental

Otros	No	Sí
Otros	45%	55%

Fuente: Elaboración propia.

En relación con las normas para la realización de producciones sostenibles en Colombia, se encontró lo siguiente:

En Colombia existen normas para la realización de actividades cinematográficas como lo son la Ley 99 de 1993, artículo 3.º, que nos habla sobre producción y consumo sostenible. Con fundamento en este principio, se privilegian las decisiones que se orienten a la reducción de la cantidad de materiales peligrosos utilizados y residuos peligrosos generados respectivamente por la unidad de producción de bienes y servicios.

Lo anterior, con el fin de aliviar la presión sobre el ambiente, aumentar la productividad y competitividad empresarial y simultáneamente crear conciencia en los consumidores respecto del efecto que los productos y sus desechos tienen sobre la salud y el medio ambiente. En esta ley se establece la promoción de ahorro en la adquisición de aparatos eléctricos y electrónicos por parte del Gobierno, para incentivar a los consumidores a crear conciencia y así contribuir a fortalecer el medio ambiente.

Por su parte, la Ley 1252 de 2008, “Por la cual se dictan normas prohibitivas en materia ambiental, referentes a los residuos y desechos peligrosos y se dictan otras disposiciones”, en su artículo 2.º declara la necesidad de minimizar la generación de residuos peligrosos mediante la aplicación de tecnologías ambientalmente limpias y la implementación de los planes integrales de residuos peligrosos, prohibir la generación, almacenamiento o eliminación de residuos o desechos peligrosos en ecosistemas estratégicos o importantes del país, en áreas protegidas o de sensible afectación ecológica, zonas de influencia de humedales o zonas de protección o de recarga hídrica dulce o en mares u océanos.

Conclusiones

Luego de desarrollar todos los ítems de recolección de información primaria y secundaria, se logra evidenciar que es posible realizar una producción audiovisual de alta calidad minimizando el impacto sobre el medio ambiente, atendiendo a la normatividad colombiana y las guías o códigos verdes que ya se han aprobado en Estados Unidos y en Europa.

Cada día son más las iniciativas que aparecen en el panorama audiovisual para combatir la crisis ambiental y son más las empresas que se unen para tomar medidas que disminuyan los niveles de contaminación haciendo de este llamado mercado verde líder en desarrollo e innovación.

El ejercicio metodológico realizado en esta investigación y el cálculo de las emisiones de CO₂ dejan al descubierto la poca informa-

ción y la falta de conciencia ambiental que las productoras participantes tienen. Esto quedó evidenciado en los resultados que demuestran el derroche de recursos y la huella de carbón gigante que están dejando en el planeta.

En función de lo anterior, el presente trabajo da cuenta del impacto ambiental que generan las producciones audiovisuales, al mismo tiempo que brinda opciones para modificar el modo en que se planifica y se realiza un rodaje, junto con su posproducción y distribución, para ayudar a evitar o minimizar el daño ambiental.

Es importante indicar que las productoras participantes son jóvenes, apenas están abriéndose paso en el mercado, y por ello son las que principalmente deben hacer cambios en sus procesos y convertir la aplicación de códigos verdes en un hábito, con el fin de generar un impacto socioambiental positivo en las generaciones que vienen tras ellas.

Referencias

- Barraquero, A. (2012). De la comunicación para el desarrollo a la justicia ecosocial y el buen vivir. *Revista CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 17,63-78.
- GECOTTI-PE. (2021). Obtenido de Green Screen: <https://n9.cl/cgl4>
- Mastantuono, L. (2017). Tendencias hacia un cine medioambiental. Concientización de un producción y diseño sustentable. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (64), 123-135.
- Núñez, S. (2014). Cine ecológico [Tesis]. Universidad de Palermo. <https://n9.cl/gpyy7>
- ONU. (1987). *Informe Brundtland*. <https://n9.cl/qbwn0>
- ONU. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Resolución aprobada por la Asamblea General el 25 de septiembre de 2015. A/res/70/1, p. 40.
- Palmer, C. (2011). *Code of environmental filmmaking*. ecology.com
- Producers Guild of America Foundation. PGAF (2010). *Green production guide*. <https://n9.cl/kcq2>
- Promalaga. (2021). *Guía de buenas prácticas*. <https://n9.cl/beebe>
- Warner Bros. Entertainment. (2014). *Corporate responsibility*. <https://n9.cl/josq>

Voces en los bordes de la historia*

Voices at the edges of history

Jorge Iván Jaramillo Hincapié²⁵

El país de los olvidos

*Érase una vez un país que olvidaba todo
se bañaba en oro, pero sus habitantes no conocían su color
asesinaba a sus líderes sabedores de verdades
olvidaba los sueños para solo vivir el día a día
elegía cada tanto a los mismos y en las mismas.*

*Érase una vez un país que olvidaba todo
vivía embebido en sus propias desmemorias
sepultaba sus principios según el gobernante de turno
vacía sus arcas a la par que la salud de su púlpite
cada día y cada tarde emergían cortinas de humo.*

* Este trabajo es producto de la investigación Sentido común, discursos emocionales y narrativas en disputa, avalado por la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

²⁵ Doctor en Conocimiento y Cultura en América Latina (Ipecal, México). Posdoctor en Comunicación, Educación y Cultura (Universidad Nacional de Córdoba [Argentina] y Universidad Santo Tomás [Colombia]). Doctorando en Antropología Social (IDAES–UNSAM, Argentina). Magíster en Ciencias Sociales (Universidad Nacional de General Sarmiento, Argentina). Especialista en Docencia Universitaria (Universidad Complutense de Madrid, España). Comunicador social-periodista (Universidad de Antioquia, Colombia). Profesor honorario Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Perú. Docente de comunicación e investigador de cuestiones afrolatinoamericanas. Actualmente es docente ocasional tiempo completo de la Facultad de Humanidades, Departamento de Lenguas de la Universidad Pedagógica Nacional y docente del pregrado en Comunicación Social de la Universidad Minuto de Dios. Orcid.<https://orcid.org/0000-0001-7977-396X>; correo electrónico: ivanjaramillo458@gmail.com.

*Érase una vez un país que olvidaba todo
negociaba cada noche en los burdeles más altos
dormitaba en sus adentros como el mar a sus arenas
despedía sus humores
no sabía, no quería
despertar de los sueños alquilados cada amanecer nauseabundo
y ese país de los eternos olvidos
un día quedó en el recuerdo
en el vacío
de un habitar sin sentido.*

Iván Jaramillo, 2020

Resumen

Este capítulo es producto del recorrido del grupo temático Comunicación, temas étnicos, de género, rurales y de migraciones —creado recientemente en la Asociación Colombiana de Investigación en Comunicación (Acicom)— y de las discusiones, apuestas y desarrollos teóricos actuales de los temas étnicos (afro, indígenas y gitanos), de género, rurales y de migraciones en articulación directa con la comunicación codificada decolonial, que en palabras de Torrico (2018), "implica un doble movimiento: por una parte, liberar conceptualmente la comunicación, ya que la idea imperante al respecto la sigue manteniendo reducida al hecho transmisivo, mediado por las tecnologías y que sólo se justifica para la búsqueda de beneficios para el emisor; por otra, recuperar en la práctica y en el sentido más amplio su dimensión dialógica, democratizadora y humanizadora, ya que desde su comprensión actual, su realización concreta sigue basándose en la imposición y las asimetrías" (p. 14).

Palabras clave: Comunicación; Cuestiones Étnicas; Migraciones; Género e Interculturalidad.

Abstract

This chapter is the product of the journey of the thematic group Communication, ethnic, gender, rural and recently created migration issues in the Association Colombian Research in Communication (Acicom) and the discussions, bets and current theoretical developments of ethnic issues (Afro, indigenous and gypsy), of gender, rural and migrations in direct

articulation with coded communication decolonial, in the words of Torrico (2018), "which implies a double movement: on the one part, to conceptually free communication, since the prevailing idea in this regard still keeps it reduced to the transmissive fact, mediated by technologies and that is only justified for the search of benefits for the issuer; on the other, to recover in practice and in the most broad sense of its dialogical, democratizing and humanizing dimension, since from its present understanding, its concrete realization continues to be based on the imposition and asymmetries". (p. 14)

Key words: Communication; Ethnic Issues; Migrations; Gender and Interculturality.

Introducción

El presente capítulo es producto del recorrido del grupo temático *Comunicación, cuestiones étnicas, de género, rurales y migraciones* de creación reciente en la Asociación Colombiana de Investigación en Comunicación (Acicom) y las discusiones, apuestas y desarrollos teóricos actuales de las cuestiones étnicas (lo afro, indígena y gitano), de género, rurales y migraciones en articulación directa con la comunicación en clave decolonial²⁶, en palabras de Torrico (2018),

[...]lo que supone un doble movimiento: por una parte, liberar conceptualmente la comunicación, pues la idea predominante al respecto aún la mantiene reducida al hecho transmisivo, mediado por tecnologías y que solo se justifica por la búsqueda de beneficios para el emisor; por otra, recuperar en la práctica y en el más amplio sentido de su dimensión dialógica, democratizante y humanizadora, ya que a partir de su entendimiento presente, su realización concreta sigue cimentada en la imposición y las asimetrías. (p. 14)

²⁶ Para una mayor discusión y ampliación de lo que se viene trabajando sobre Comunicación-decolonialidad, ver el trabajo publicado en el año 2016 por el Grupo de Interés del mismo nombre, perteneciente a la Asociación Latinoamericana de Investigación (Alaic), liderado por el profesor Erick Torrico.

El grupo convoca investigaciones culminadas y en proceso sobre cuestiones afrocolombianas, de género (masculinidades, femi- nidades, LGTTTBIQP+²⁷, etc.), indígenas, gitanas, campesinas, migraciones y actores sociales en los «bordes de la historia», en pala- bras de Buñuel «Los olvidados». Se propone visibilizar, discutir y aportar a todos los trabajos de investigación desde la comunicación intercultural, desde las organizaciones y acciones colectivas vincula- das con las industrias culturales, en panoramas de reconocimiento de la diferencia y las alteridades nacionales. Entendemos lo *intercultural* desde la comunicación como la posibilidad de diálogo entre culturas sin pérdida de prácticas, rasgos y elementos en ninguna de las dos. Es ante todo (re)conocer, entender y respetar la Otredad, pero sin olvidar que se pueden plantear los problemas, las diferencias y a partir de aquellos y estas establecer el diálogo (Jaramillo, 2011). En esta misma vía, Grimson (2011) sostiene:

Todos vivimos en intersecciones culturales y, como indivi- duos, residimos en intersecciones peculiarísimas que, a su vez, irán transformándose a lo largo de la vida. La interculturali- dad no es un fenómeno novedoso: no hay capítulos conocidos de la historia humana completamente ajenos al contacto entre diferentes configuraciones culturales. Más bien, la historia humana también está constituida por la dinámica, la intensi- dad, el valor y los sentidos de esos intercambios, muchas veces conflictivos [...] como concepto heurístico, “interculturali- dad” no significa que haya culturas homogéneas en contacto; antes bien, permite revelar las intersecciones múltiples entre configuraciones culturales. El concepto de interculturalidad es útil porque no presupone ni una teleología ni un modelo de vinculación entre los grupos. También porque no presupone

²⁷ Todas las cuestiones relacionadas con identidades Lésbicas, Gay, Transexual, Travesti, Transgénero, Bisexual, Intersexual, Queer y Pansexual, y el más (+), que permite la apertura a nuevas formas de autorreconocimiento de género.

ahistóricamente a los grupos, al reconocer que estos se constituyen como tales en procesos reales de interacción con otros. (pp. 190-191)

En ese concierto de voces, una vez más rebatimos la manida frase de “Dar voz a los que no tienen voz”, que es la arrogancia misma, pues se da por entendido y no se duda, se da por hecho que las comunidades, los pueblos, las organizaciones, los movimientos sociales tienen voz; el problema se presenta cuando esas voces no son escuchadas, son silenciadas o borradas. Todo, por el contrario, si queda algún tipo de compromiso por parte de los medios de comunicación, en algún momento entenderán que no son el centro, el centro son los sujetos y sus trayectorias, salir de ese corsé mediático que narra desde sus propias editoriales, según Noam Chomsky (2012) “El propósito de los medios masivos [...] no es tanto informar y reportar lo que sucede, sino más bien dar forma a la opinión pública de acuerdo a las agendas del poder corporativo dominante” (citado en Kiyosaki, 2012, p. 1) Hay que reconocer el nivel de audibilidad de esas voces, su altisonancia en contextos que las ahogan permanentemente, ver en esa tesitura de voces, unas voces bajas, medias y altas que emergen desde todos los lugares para dar cuenta de lo inenarrable, para exigir etnorreparaciones, para reconocer también triunfos y fracasos, para denunciar racismos de todos los orígenes²⁸, para sortear esa suerte de vida que nos tocó como sujetos históricos y seguir construyendo en caminos sinuosos de la sincrética América Latina, para

²⁸ Nos interesa profundizar en un tipo de racismo que pasa desapercibido la mayor parte del tiempo: el Racismo cotidiano o “de baja intensidad” que se encuentra encarnado en los chistes populares, en las producciones de la Doxa, en los refranes e historias que se admiten sin el más mínimo atisbo de análisis y se disfrazan desde el humor. Más los otros racismos que se campean permanentemente en América Latina: Racismo aversivo con su carga de distancia y falta de empatía; Racismo etnocentrista con su rango de superioridad; Racismo simbólico con su propuesta de segregación que ha dado origen a procesos de guetización; Racismo estructural que permea todas las estructuras y se adhiere de forma permanente a ellas; Racismo biológico tan bien instrumentado en el Abya Yala a partir de 1492 con esa invención de las “razas” para marcar el lugar de superioridad.

ya no ser los marginados de los marginados. Retomar, reconocer las voces y lo que ellas mismas expresan, no solo voz como palabra, sino como un acto poético, político y humano.

En contextos mediáticos, uno de los primeros conceptos que se vislumbran dentro del contenido informativo sobre cuestiones de género, racialidades, cuestiones afro, ruralidades, migraciones, entre otras, son los prejuicios, que, como su mismo nombre lo indica, aducen a los juicios con anterioridad, lo que nos lleva a pensarlos como contenidos sobre determinado grupo social que no permiten a quien se aproxima leer o hacer un análisis desde su propia experiencia, sino, por el contrario, hacerlo desde una experiencia dada o heredada, lo que lleva a tener una lectura cargada de esos juicios enunciados y no desde lo propiamente observado, adquieren una actitud prejuiciosa, una lectura *a priori*. No muy lejos del prejuicio, emerge el estereotipo como construcción social que permite leer grupos sociales en discursos heredados históricamente, contruidos por otros, discursos de siglos que dan cuenta de grupos sociales desde lo local, regional, nacional y transnacional, pero en una figura de “bolsa de gatos” en la que no se dejan ver las especificidades y todo es lo mismo. Estos dos conceptos nos llevan directamente a las representaciones sociales, que son esas construcciones sociales que presentan de manera indirecta lo real, por ello lo de (re)presentación, en el caso de los medios de comunicación, se hace desde las líneas editoriales de los medios, desde los jefes de redacción y por último desde los manuales de estilo que terminan deformando la realidad a la que se aproximan.

Luego de una serie de investigaciones y trabajos de campo en Argentina, México y Colombia, surgía la pregunta de la aproximación desde el campo de la comunicación a los estudios afrolatinoamericanos, pues es ya de conocida cuenta que la cuestión campesina, migraciones e indígena lleva un buen recorrido en términos de investigación en algunos programas de comunicación en América Latina (aquí hay una deuda pendiente en lo referido a la representación de lo gitano en medios). Desde apuestas como Comunicación, desarrollo y cambio social; Educación-comunicación, Educación popular y

Comunicación estratégica enactiva, desde la cuestión afro, se tienen estudios desde posgrados más cercanos a la antropología, sociología, literatura o historia; desde el nivel de pregrado, hasta ahora se vienen haciendo ejercicios muy interesantes con miras a conformar un buen grupo de estudios que encaren de manera directa todo lo relacionado con las representaciones de lo negro en medios de comunicación. Todo lo anterior nos llevó a proponer el grupo de trabajo, sus temáticas y aproximaciones desde el campo de la comunicación.

En este contexto, Estados Unidos va a ser la punta del iceberg *no porque sea más importante, sino porque en medio del aislamiento poblacional*, miles de personas salen a las calles a no dejar pasar inadvertido el asesinato de George Floyd. Esto va a servir de cierta manera para que afrolatinoamérica alce la voz y se conozcan muchos casos locales desde México hasta la Patagonia, Argentina. Es bien sabido que el racismo es tan estructural en este lado de América del Norte que se convierte en la estructura misma, permea todas las formas de organización social, hace parte de su esencia, es su componente esencial, no permite transformaciones, ni corrimientos, y cada vez está más profundo en cada una de las capas sociales existentes, y de ello no se hace cargo una élite blanca, privilegiada de ultraderecha, que sin importar sus orígenes (muchos son migrantes de distintas generaciones, Trump es un caso), se aferran a una idea de Estado-nación negadora de toda negritud, migración, indigenismo, campesinado. Nación blanqueadora por antonomasia que subsume toda posibilidad de reconocimiento en discursos nacionalistas almibarados, nombrando lo real de maneras diferentes a partir de figuras retóricas llenas de sofismas, distractores dialógicos que no dejan ver lo real. Se amparan en la idea de imperio, el capitalismo rampante y trepidante y el matrimonio neoliberalismo-políticas de derecha.

Todo lo anterior nos ha llevado a plantear como objetivo central visibilizar y fundamentar el Grupo de Trabajo *Comunicación, cuestiones étnicas, de género, rurales y migraciones* dentro de la Acicom, ya que este es de reciente aparición y se busca que se posicione entre todas y todos los investigadores interesados en estas temáticas en Colombia.

Busca igualmente ubicar el horizonte teórico/metodológico en el panorama latinoamericano reciente sobre las cuestiones que nos preocupan en el grupo.

Al ser este un primer acercamiento desde teorías y metodologías de los trabajos presentados en el grupo, logramos ver el análisis de una serie de estudios de caso contemporáneos en diálogo con contextos y situaciones actuales. Los recursos metodológicos de interés presentados en los dos encuentros nacionales en que ha estado el grupo presente, lo cualitativo es una marca presente, *Enfoques de análisis de contenido* (Colle, 2011; Hernández Sampieri, 2006; Lozano, 1996), y *Teoría del framing o encuadres* (Snow & Benford, 2000; Goffman, 1974. Y las aplicaciones actuales de González & Gómez, 2019 para América Latina). *Etnografías y trabajos de campo* situados en coparticipación entre investigadores y las comunidades, organizaciones sociales y actores sociales (Guber, 2011; Restrepo, 2016; Hernández Sampieri, 2006, entre otros).

Resultados

Problemáticas e intereses de las ponencias presentadas al grupo

En un primer momento encontramos el trabajo presentado por Margarita Rosa Peñalosa Durán, Félix Joaquín Lozano Cárdenas, Yéssica Paola Ibarra Oliveros (2018), quienes debaten en el marco de posconflicto que está viviendo Colombia y dado que Norte de Santander ha sido uno de los departamentos que ha enfrentado de forma directa el conflicto armado interno. Este proyecto tuvo como objetivo construir memoria histórica, a partir de narrativas individuales y colectivas, sobre la masacre perpetrada por paramilitares en el corregimiento de Santa Inés y las veredas Vegas de Motilonia y Planadas, en el municipio de El Carmen (región del Catatumbo), en diciembre de 2004.

La construcción de tejido social –dadas las nuevas posibilidades de control por parte del Estado en la región y tras las negociacio-

nes de paz con las FARC—, el proceso de desmovilización de las AUC y el sometimiento del EPL y del ELN han contribuido a que la comunidad empiece a retornar a sus hogares; un proceso que involucra el compromiso de cada integrante de la sociedad en reconstruir su vida, sin olvidar su dolor, reconociendo que el daño causado puede reivindicarse si se narra la verdad. Es importante anotar que este proyecto finalizó en su primera fase —de la cual se da cuenta en esta ponencia— y continúa con una segunda etapa, con el acompañamiento de la Asociación Campesina del Catatumbo (Ascamcat), en aras de realizar productos comunicativos en diferentes soportes: fotografías, ilustraciones, videos cortos y crónicas radiales, los cuales abordarán tres ejes temáticos para su desarrollo: memoria colectiva, memoria histórica y, principalmente, narrativa para construir memoria, con la participación de actores claves que permitirán desarrollar un relato colectivo de los hechos y dar paso a la recuperación y reconstrucción de historias afectadas por hechos violentos.

Por otro lado, Marián Carolina Barrios, Paula Doria Guevara y Jorge Iván Jaramillo (2018) presentan el resultado de investigación de temas importantes en la representación mediática de la cuestión afro en Colombia: programa radial *La luciérnaga*, canal de televisión Telepacífico y dos textos escolares. De igual manera, la ponencia apuesta por interrogarse por temas tan importantes como la representación de los afrocolombianos en medios de comunicación y en dos textos escolares. Plantear cuestiones afrocolombianas es pensar en un tejido fuerte y profundo que se viene gestando en nuestros países, con pensadoras y pensadores que están aportando para la visibilización, reconocimiento y puesta en común de los aciertos, problemáticas y avances de las comunidades afrolatinoamericanas desde el Río Grande hasta la Patagonia.

En un primer momento de la ponencia se aborda el tema Representaciones afrocolombianas en el programa radial *La luciérnaga* en Colombia por Paula Catherin Doria Guevara; en segundo momento Representaciones de la cuestión afrocolombiana en la televisión regional y Un caso, el programa Afro Pacífico del canal regional Tele-

pacífico en Colombia de Marián Carolina Barrios Cárdenas. Ambos son producto de investigación para el trabajo final de pregrado. Y, por último, “En Colombia somos alegremente oscuros”, de textos escolares, educación y comunicación es un ejercicio de investigación en el marco del doctorado Conocimiento y Cultura en América Latina del Instituto de Pensamiento y Cultura en América Latina de México (Ipecal).

Luisa Fernanda Vallejo Cruz (2018) presentó la ponencia en la que recoge los resultados del estudio de caso titulado Escenario político de autogobierno democrático de las organizaciones rurales colombianas: El caso de la Cumbre Agraria, Étnica y Popular, realizado en el 2017. Responde a dos objetivos: Contextualiza el proceso emancipación de la acción colectiva de la Cumbre Agraria y valora el sentido de oportunidades políticas de la Cumbre en la Reforma Rural Integral, pactada en los Acuerdos de Paz. Su desarrollo permite comprender cómo la Cumbre articula distintos procesos organizativos para construirse como un movimiento social popular y cómo puede ser transformada la democracia representativa desde la acción colectiva de las organizaciones y movimientos sociales que la componen.

Antonia María Moreno Cano y Norberto Fabián Díaz Duarte (2018) plantean cómo las TIC han propiciado que las personas se comuniquen, cada vez más, por medio de expresiones simbólicas e icónicas que representan la visión de lo global, con relatos que pasan de un medio a otro y enriquecen un lenguaje que hoy se conoce como transmedia. El proyecto #YoSoyDiverso surge como una estrategia de comunicación transmedia resultado de un proceso de investigación-acción.

Se plantearon cuatro retos a los participantes que abordaban el fenómeno de la discriminación. Primero se realizó un diagnóstico para ver cómo la percibían en sus vidas, luego se reflexionó sobre ello a modo de cómo se veían ellos, cómo creían que los estaban viendo otros y después fueron expuestos a las opiniones de otros para entender realmente cómo los veían los demás. Esto los llevó a adoptar el rol de prosumidores, generando contenidos narrativos en los que expu-

sieron las situaciones y sentimientos discriminatorios que cada uno había experimentado a lo largo de su vida.

El estudio se realizó a 150 individuos entre estudiantes, profesores y personal administrativo de los programas de Artes Audiovisuales, Moda y Diseño de diversas universidades en la ciudad de Bucaramanga, Santander. Estas personas son el reflejo de un pluralismo cultural que justifica la elección de estas, ya que *a priori* muestran una mayor sensibilidad y tolerancia a la diversidad. Con estos mecanismos se buscaría generar nuevas dinámicas que propicien escenarios interculturales más tolerantes y abiertos a la diferencia por razones de raza, aspectos ideológicos, físicos, sensibilidad, creatividad, etc.

Como resultado se constataron niveles altos de participación en las historias, lo que nos lleva a deducir que la aplicación de estrategias transmedia promueve la participación ciudadana y podría propiciar cambios de percepciones que consoliden una sociedad más plural e integradora.

José Luis Díaz Sanabria (2018) en *Saber-vivir: plan de vida integral para el manejo del territorio*, muestra cómo esta propuesta busca fortalecer el plan integral de vida de cualquier ecosistema humano sustentable, en la conciencia personal, familiar, comunal, social y planetaria, para el mejoramiento integral de la calidad de vida en el saber-vivir: el concepto de saber-vivir es producto del lenguaje simbólico del pensamiento mítico y su vivencia ritual de las comunidades indígenas de la Sierra Nevada de Santa Marta (SNSM). Colombia es un territorio natural privilegiado en su ubicación geográfica planetaria, casa de la esquina del continente suramericano. Con dos mares muy diferentes en sus composiciones y comportamientos, es una de las mejores naciones con mayor y mejor biodiversidad tanto natural como cultural y definida por su Constitución Política de 1991 como una nación pluriétnica y multicultural.

Este hecho político y social debe ser identificado como parte de un proceso histórico de construcción del devenir y de la nación. Así que para comprender sus alcances y apuestas es necesario diagnosticar sus antecedentes, oportunidades y potencialidades. El multicult-

turalismo, más que un estado natural de una sociedad diversa, es una apuesta política y popular que determina el marco general de relaciones políticas, sociales, económicas y culturales entre diferentes grupos culturales que pertenecen a un mismo proceso de construcción de una nación.

Acercarse a este concepto implica reconocer sus diferentes acepciones y propuestas en el respeto a la diversidad y al encuentro en la pluriculturalidad. Así mismo, dentro del territorio colombiano la SNSM es un territorio privilegiado que logra escala planetaria en sí misma al ser el macizo montañoso que allende de ser independiente de la cordillera de los Andes, que atraviesa todo el continente, es el único en el mundo con nieves perpetuas más próximas al litoral, lo que le permite toda la escala altitudinal natural y climática. En la SNSM perviven desde el origen sus comunidades indígenas ancestrales kogis (o kaggabas como originalmente se autodenominan), arhuacos (iku), arsarios (wiwa) y kankuamos. La antigua cultura tayrona habitó allí, y hoy los cuatro pueblos descendientes siguen viviendo en ella y se reconocen y se portan como los custodios de la Sierra Nevada Madre.

Andrea Isaza Castro (2018) en *Ciudadanas: de puertas cerradas a la vida pública* aborda cómo la violencia y el acoso contra las mujeres (especialmente intrafamiliar) era un tema privado, les pertenecía a ellas y a sus parejas. Pero esa mujer sumisa salió del clóset, es ciudadana que exige derechos políticos, cívicos, sociales y ahora clama por derechos culturales. La pregunta entonces es definir qué implica ser ciudadana, cuál es el lugar de la mujer en el mundo público y cómo garantizar la representación de los intereses de un grupo que está lejos de ser homogéneo, y que se construye de mil maneras.

Esta ponencia hace un recorrido teórico que muestra la relación entre ciudadanías y feminismos, al tiempo que propone que desde ese lugar se puede hacer cultura y construir nuevas prácticas que abran nuevas posibilidades de relación y de identidad que hagan frente a situaciones de desigualdad y violencia de género.

Las anteriores fueron las ponencias presentadas y leídas en el encuentro nacional realizado en Bucaramanga en el año 2018. Es de anotar que fue la primera convocatoria del grupo. Nos llegaron alrededor de 12 ponencias. Para el encuentro nacional en la ciudad de Popayán, en el año 2019, se presentaron los siguientes trabajos:

Jairo Ordóñez Garzón, Álvaro Lizarralde Díaz y Constanza Lizcano Rivera (2019) presentaron *Marchas de la diversidad sexual en Bogotá: Una historia del prejuicio*. Ponencia fruto del análisis del cubrimiento mediático las marchas de la diversidad sexual y de género en Bogotá, desde la primera (1982) hasta la celebrada en 2018. Se seleccionaron todos los medios bogotanos que contaran con cinco o más notas periodísticas sobre el tema con el fin de analizar a través de un análisis de contenido la existencia de prejuicios, formas de representación, sectores visibilizados, usos del lenguaje, imágenes, enfoque elitista, calidad y cantidad de la información, entre otras variables clave.

A pesar de lo extenso de la observación y la gran cantidad de medios indagados, apenas se encontraron 112 artículos, lo que de por sí evidencia la poca relevancia que para los medios han tenido las marchas. No obstante, lo encontrado da cuenta de las maneras periodísticas de asumir al “diferente”, a la diversidad sexual, y de cómo esas concepciones se han transformado con el paso del tiempo y han tenido diferentes evoluciones en los medios examinados.

En general, los medios carecen de un enfoque de género y se limitan a describir lo elemental, como el recorrido de la marcha; desconocen casi por completo sus implicaciones sociales y sus grandes apuestas políticas.

Marcela Hidalgo Paz (2019), en *Lo propio y lo diferente. Retos de la comunicación intercultural para quienes residen y resisten con la medicina tradicional, en tiempos de construcción de paz en el Pacífico nariñense*, propone cómo transmitir y preservar el conocimiento tradicional en estos tiempos implica resistir ante diferentes estructuras, actores y dificultades socioeconómicas y políticas de los territorios.

La conflictividad social en Colombia ha dejado como legado la necesidad de [re]conocernos en la cultura propia y la ajena y reflexionar en torno al poder y a las relaciones sociales y comunicativas, las cuales a la vez indican perspectivas de inequidad reflejada en dominantes y dominados, en espacios existentes y sesgados y en voces y ausencias.

En el Pacífico colombiano, la práctica de la medicina tradicional ha recibido importantes apoyos y esfuerzos que buscan su protección. No obstante, se requiere repensar las relaciones existentes en torno a este escenario en la vida cotidiana bajo el entendido de que en un territorio compartido somos iguales, pero a la vez somos distintos.

Bajo esa premisa y atendiendo a la coyuntura actual, la construcción de paz territorial implica la concertación, la construcción (y legitimación) de “el otro” diverso y el establecimiento de nuevas formas de comunicación que promuevan el diálogo, la movilización y el reconocimiento social.

Luisa Fernanda Vallejo Cruz (2019) aborda el tratamiento informativo de la crisis humana y las violencias contra las mujeres en el Chocó. Reconociendo la importancia de la prensa como fuente historiográfica, complemento de los documentos oficiales y de las investigaciones de comunicación, este artículo ofrece una valoración comparativa sobre los registros periodísticos de medios tradicionales y alternativos sobre las violencias contra la mujer, ocurridas en el departamento del Chocó posterior al Acuerdo de Paz, firmado el 26 de septiembre de 2016.

En este contexto se estudian las miradas que ofrecen los periódicos, que, como actores inmersos en el proceso comunicativo, enuncian una realidad marcada por una crisis humana de larga duración, y esta como parangón para dificultar la implementación de los Acuerdos de la Subcomisión de Género, entre estos acceso y formalización de la propiedad rural; garantía de los derechos económicos, sociales y culturales; participación en espacios de representación; resolución de conflictos; participación política y social.

Patricia Alejandra Pérez Rosas (2019) presentó en su ponencia *El rol de los medios de comunicación y la opinión pública bogotana frente al proceso migratorio de venezolanos entre 2015 y 2018*. La crisis venezolana se ha intensificado durante los últimos años y ha generado un éxodo masivo a países en todo el mundo; sin embargo, Colombia es la primera opción bien sea como destino final o puente para otros destinos suramericanos como Perú, Chile o Argentina.

Entre 2015 y 2017 Colombia pasó de tener 48.714 a 935.000 ciudadanos venezolanos, de quienes casi 106.000 se encontraban en situación irregular. En 2018 Venezuela ocupó el primer lugar en el *ranking* de entrada de extranjeros según país de nacionalidad, publicado en el *Boletín Anual de Estadísticas* de Migración Colombia, con 1.359.815 inmigrantes (33%), seguido de Estados Unidos con 650.464 (16 %), Argentina (5%), Brasil (5%) y Ecuador (4%), entre otros.

En la investigación se hace una revisión de las cifras publicadas por Migración Colombia y otras instituciones entre 2015 y 2018 y se encuesta a 50 venezolanos seleccionados de manera aleatoria en el norte de Bogotá (ciudad que aloja el mayor número de venezolanos, con 23,5%). El instrumento considera cuatro dimensiones: procesos migratorios, empleabilidad/estabilidad laboral, relaciones sociales y percepción de seguridad/garantías. El objetivo es analizar las opiniones de los encuestados acerca del rol de los medios de comunicación y la opinión pública en esos cuatro temas. La información será contrastada con 18 publicaciones (dos por trimestre) generadas en los medios de comunicación sobre la coyuntura, así como las opiniones y comentarios de los consumidores de esos medios durante el período señalado.

Carlos Jair Martínez Albarracín (2019), en su ponencia *Los árabes olvidados de Girardot, Cundinamarca*, argumenta la relevancia del río Magdalena como vía principal de transporte de personas, dentro de estas los migrantes árabes, y las mercancías a distintos asentamientos sobre el río, dentro de estos Girardot, Cundinamarca.

Lo anterior, previo a la consolidación del ferrocarril y las carreteras de contacto con Bogotá a principios del siglo XX. Se hace énfasis en la reconstrucción histórica a partir de fragmentos de narrativas periféricas, de la participación de estos inmigrantes árabes en la fundación del comercio denominado el “Camellón” y diferentes centros de comercio como el “Pasaje Al-jure” y el “Pasaje Al-faizal”, los cuales prevalecen en la actualidad en el centro de Girardot, así como de otras presencias árabes en la actualidad activas comercialmente.

Se concluye que hubo una activa inmigración de individuos de origen árabe-levantino en Girardot a principios del siglo XX con familias que se radicaron y consolidaron la actividad comercial en este municipio, que fue en su momento la entrada a la capital de Colombia. Se resalta la importancia del reconocimiento del otro, en este caso el “turco”, como actor social que en Colombia ha promovido el comercio, la acumulación de capital, así como diferentes referentes, bien en las artes, la política o los deportes, que marcan pautas de orientación de valor para la sociedad colombiana.

Félix Joaquín Lozano Cárdenas y Érika Alejandra Maldonado Estévez (2019) trajeron a discusión el discurso periodístico sobre migrantes venezolanos en noticieros de televisión de Colombia. En el transcurso de la historia, Venezuela había sido considerado como un país receptor de inmigrantes, patrón migratorio que cambió radicalmente en los últimos años debido a la crisis política, el deterioro institucional, la recesión económica y la descomposición social. De acuerdo con cifras de Migración Colombia correspondientes a marzo de 2019, más de 1.260.594 venezolanos –entre regulares, en proceso de regularización e irregulares– se encuentran radicados en territorio colombiano. Donde más se concentran son en Bogotá (278.511) y en los departamentos de Norte de Santander (176.695), La Guajira (147.323), Atlántico (115.456) y Antioquia (96.941).

La investigación que aquí se presenta tuvo como propósito abordar el discurso periodístico sobre los migrantes venezolanos en las franjas informativas del Canal Caracol y el canal regional TRO, en Colombia, mediante la observación, sistematización y análisis de las

emisiones centrales de los noticieros de estos canales y la consulta a 23 migrantes venezolanos que habitan en la ciudad de Cúcuta.

Los informativos evidenciaron, durante el periodo analizado, un tratamiento periodístico de los migrantes venezolanos desde diferentes abordajes: el migrante como un individuo pobre y vulnerable que dejó atrás su casa y sus bienes para arriesgarse a la incertidumbre en otro país, el migrante venezolano como transeúnte que no cuenta con un destino fijo y el migrante –desde una perspectiva muchas veces xenofóbica– como un individuo portador de enfermedades, generador de problemas y causante de inseguridad en las ciudades colombianas por donde transita. En este último abordaje, el relato periodístico puso de manifiesto que la situación migratoria entre Colombia y Venezuela se presenta hoy a la inversa, con componentes similares a lo que acontecía hace veinte años.

Gladys Adriana Espinel Rubio (2019) presentó su ponencia: *Estereotipos y representaciones de las mujeres migrantes venezolanas en las redes sociales (23 a 31 de enero de 2019)*. Con la autoproclamación de Juan Guaidó, jefe de la Asamblea Nacional de Venezuela, el pasado 23 de enero de 2019 como presidente de su país para lograr “el cese de la usurpación de Nicolás Maduro”, mientras se convoca a elecciones libres, algunos países y organismos internacionales anunciaron su apoyo al líder opositor.

Lo anterior favoreció la aparición de ideas relacionadas con recomposición del país a corto plazo y el regreso de los ciudadanos que emigraron a su territorio. Frente a esta situación, en las redes sociales (Facebook, Twitter y WhatsApp) empezaron a circular memes y videos sobre las consecuencias del retorno, particularmente de las mujeres venezolanas, y de la llegada de militares norteamericanos a Colombia, de manera específica a los municipios de frontera, como Cúcuta, desde donde se lideraría una incursión militar.

Se pudo evidenciar que antes y durante este periodo se 'normalizó' la idea de la mujer venezolana como prostituta o con necesidad de intercambiar sexo por dinero o mejoras en su estatus migratorio, apelando a la noción de belleza, voluptuosidad y sexualidad que se ha

puesto sobre ellas por su participación en Miss Universo y en las telenovelas, por ejemplo.

Otro tanto corresponde a la llegada de los marinos norteamericanos; en las piezas analizadas se evidencia que contrario a los temores ante una posible confrontación armada, la incursión militar se vio como la posibilidad de que las mujeres pudieran 'vengar' las traiciones de sus parejas teniendo sexo con estos militares. Se evidencia entonces la valorización del otro, el extranjero (sea venezolana o norteamericano), como más bello, deseable, erótico. No sucede lo mismo con el venezolano (pobre, ladrón, asesino).

Otros de los temas que se presentaron a esta convocatoria y no alcanzaron a llegar al evento, aunque pasaron por el proceso de evaluación, lo que demuestra el interés por el grupo –circunstancias externas no permitieron la asistencia y presentación de las ponencias–, fueron *Comunicación, género y violencia desde feminismos decoloniales y perspectivas no blancas*; *Propuesta de sistematización de experiencia en medios escolares*; *Ciberactivismo feminista en Facebook*; *En la zona rural la cultura activa la memoria: caso corregimiento Santa Elena, Medellín*; *Comunicación y visibilidad política de las tejedoras ancestrales de vida nasa en entornos urbanos*; *Representación del afrocolombiano inmerso en conflicto armado a través de la prensa caso Bojayá*.

El tercer momento de este grupo de trabajo fue en el año 2021, pues por cuestiones de pandemia el del 2020 se desplaza y llegamos al V Encuentro de la Asociación en la ciudad de Santa Marta. Se hace de manera virtual; los trabajos se presentaron en conjunto con el grupo de trabajo Prácticas de comunicación y procesos socioculturales por las cercanías temáticas, lo que da lugar a espacios importantes de discusión y continuidad en ellas. Los trabajos presentados fueron:

Julio Benavides Campos (2021) con *Mediaciones en tiempos del COVID-19. ¿Una comunicación en-redada o en-cerrada?* trae una cita del maestro Martín-Barbero: “Y pensábamos que sabíamos para dónde íbamos”. Uno de los aspectos que venía siendo analizado por diversos estudiosos era el carácter de las mediaciones culturales en los procesos de comunicación.

Ya Martín-Barbero nos había aportado que las mediaciones eran “los lugares de los que provienen las construcciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural (del medio)”, proponiendo “tres lugares de mediación: la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural”. Señaló tiempo después que en estos tiempos de desarrollo de las TIC, el modo de existencia de las mediaciones cambiaba por el modo como se configuraba la práctica comunicativa.

Si miramos lo que Eliseo Verón nos proponía, se encuentra que al abordar el concepto de mediatización nos decía que “la mediatización es, en el contexto de la evolución de la especie, la secuencia de fenómenos mediáticos históricos que resultan de determinadas materializaciones de la semiosis, obtenidas por procedimientos técnicos” (Verón, 2013, p. 147).

Frente a los aportes de estos dos autores y a la avasalladora presencia de las TIC en casi la totalidad de nuestras formas de comunicación en el contexto del desarrollo de nuestra cotidianidad desde un único lugar y en los más diversos aspectos de nuestra actividad social, ¿qué cuestiones pueden plantearse en torno a cómo concebir la mediación en tiempos de COVID-19 y las consecuencias que de los hechos se derivan para nuestras prácticas de comunicación?

Diana Esperanza Oliveros Fortiche (2021) tituló su trabajo *¿Nomofobia u ostentación? Prácticas culturales sobre los bienes TIC en las clases medias bogotanas*. La nomofobia es reconocida como un trastorno generado por las TIC. Entre sus principales síntomas se encuentra el miedo irracional a salir sin el teléfono celular a la calle y la dependencia a estarlo revisando constantemente (Barraza, 2020).

No obstante, esta fobia puede cobrar un significado diferente si se observa como una práctica social de ostentación para el logro de estatus y la reafirmación de la identidad de clase social, ya que el actual escenario de cambio del capitalismo y el tipo de globalización económica que imperan requieren realizar una reevaluación de la figura del consumidor y sus formas de distinción simbólica (Fernández & Heikkilä, 2011).

En los bienes TIC el valor de uso está subordinado al valor de signo. Estos objetos no solo se ligan a los hechos de la vida, sino que se convierten en extensión del propio cuerpo, es decir, son descosificados e incorporalizados e íntimamente imbricados al propio sujeto, dificultando su separación.

Los bienes TIC que forman parte del capital TIC ayudan a darles significado a la existencia y a estrategias culturales más amplias, como permitir evaluar y clasificar al otro y la representación de clase que proyecta. Esto se da, ya que la forma en que los bienes son experimentados e interpretados por un grupo social tiene una relación directa con la manera en la que se constituye la experiencia en dicho grupo (Friedman, 1995). Este fenómeno es parte de lo encontrado durante la investigación doctoral que buscó comprender las prácticas sociales de estatus de las clases medias bogotanas y la cual se espera ser presentada de manera sucinta en esta ponencia.

Claudia Helena Beltrán Romero (2021) *Reconocimiento social y resistencia de las minorías étnicas durante las movilizaciones sociales en Colombia*. La ponencia presenta los primeros hallazgos de la investigación *Relatos sociales sobre las minorías en Colombia*. En la primera fase se analiza el debate público generado por el paro nacional iniciado el 28 de abril pasado.

En las movilizaciones acaecidas, los manifestantes demandaron del Gobierno soluciones a necesidades sociales desatendidas; detener los asesinatos de líderes sociales; atención a la crisis social y económica que a raíz de la pandemia agudizó la situación de extrema desigualdad social del país, y el cumplimiento de compromisos adquiridos con las comunidades indígenas, entre otros.

Hasta el momento, los recursos institucionales y los mecanismos formales para solucionar las demandas sociales no han sido efectivos, así que el descontento de las minorías se ha manifestado a través de protestas públicas y bloqueos, que hacen parte del derecho a la protesta social que se incluye en la Constitución Política. No obstante, en Colombia hay una baja legitimidad social de la protesta, que, por su naturaleza disruptiva del orden cotidiano, muchos grupos, al

igual que el Gobierno, no están dispuestos a tolerar.

La orientación teórica de la investigación se funda en el concepto de Reconocimiento Social, como sede y dispositivo de poder, el cual discurre a través de la acción discursiva. “El reconocimiento tiene lugar a través de la comunicación, no solo verbal, mediante la cual los sujetos son transformados en virtud de la práctica comunicativa en la que intervienen” (Voria, 2014). Para esta fase se presentan los primeros hallazgos sobre el reconocimiento social de los grupos indígenas, obtenidos mediante el análisis de redes discursivas visibles en *El Espectador* y *El Tiempo*. Entre los hallazgos está el reconocimiento intersubjetivo en el plano jurídico, mientras que hay un muy bajo, casi que inexistente, reconocimiento en el plano de la estima social.

Juan Carlos Córdoba Laguna (2021). Con su trabajo *La migración venezolana a Colombia y su impacto en la percepción que los colombianos tienen de ellos mismos*, analizado a través de memes que circulan en redes sociales. Esta ponencia aborda la incidencia de la migración venezolana en los imaginarios que los colombianos tienen de sí mismos, de los migrantes y de la coyuntura sociopolítica actual colombo-venezolana, expresados a través de memes que circulan en redes sociales como Facebook e Instagram, los cuales son tomados como escenarios activos de la esfera política que permiten observar las variaciones de la opinión pública.

Los cambios políticos y sus consecuencias en la calidad de vida de la población venezolana generaron un éxodo que ha impactado a toda la región y en especial a Colombia, que vive por primera un proceso de recepción de migración de inmensas proporciones, proveniente de Venezuela, que no ha sido aun suficientemente estudiado y ponderado y que está cambiando la percepción que el colombiano tiene de sí mismo y de su país, pues Colombia ha sido tradicionalmente una nación de población migrante y no de recepción de migrantes.

Estos procesos migratorios, sobre todo en Europa central, han evidenciado la exacerbación de nacionalismos, lo que se hace evidente en el fortalecimiento de movimientos y partidos de derecha o ultra-

derecha nacionalista que usan la xenofobia como forma de propaganda política. Esta radicalización de la política que levanta muros y criminaliza la condición de migrante no solo evidencia una estigmatización del “otro”, sino una transformación de las ideas, representaciones e imaginarios.

En Colombia es interesante observar cómo la migración de venezolanos ha transformado las ideas y creencias sobre la realidad nacional y sobre el colombiano mismo, propiciando nuevas formas de circulación de la información en las que las redes sociales y el uso, por ejemplo, de memes hacen evidentes tanto los imaginarios sobre el “otro” como sobre “nosotros” mismos.

Claudia Mejía y Kalel Cabezas (2021) traen su trabajo de investigación *Resignificación de identidad territorial mediante estrategias de comunicación enactiva para la construcción de Marca Territorial como destino de turismo comunitario para el desarrollo social de comunidades vulnerables, en el marco del postconflicto*. La marca territorial se ha convertido en una poderosa estrategia de comunicación que mediante la resignificación de la identidad territorial de las poblaciones, especialmente las más afectadas por el conflicto armado, visibiliza los atributos de su territorio como destino turístico con una valiosa riqueza sociocultural, ancestral, geográfica y biodiversidad, que generan desarrollo social y multiproductivo para sus habitantes.

Esta ponencia presenta la experiencia en la aplicación del modelo de investigación basado en comunicación enactiva, en el corregimiento de San Javier de la SNSM, para la resignificación de su identidad territorial como punto de partida para la construcción y diseño de la estrategia de posicionamiento de su marca territorial como destino turístico comunitario y de naturaleza.

Rosa Elizabeth Pai Romero y Marcela Hidalgo Paz (2021). El presente trabajo de investigación titulado *La danza como herramienta de comunicación para el fortalecimiento de la identidad cultural de los integrantes de la Fundación Cultural de la Misma Tierra, en la ciudad de Pasto*, tiene como objetivo analizar la incidencia de los procesos comunicativos dados alrededor de la danza folclórica en la identidad cultural

de los integrantes desde un proceso de comunicación participativa. La investigación es de tipo descriptivo y la muestra se encuentra constituida por 25 integrantes entre danzantes y músicos activos que hacen parte del elenco principal de la Fundación Cultural de la Misma Tierra.

Los instrumentos de recolección de información que se están implementando son entrevistas semiestructuradas, cartografía, observación participativa y grupo focal, lo que permite a la investigación un acercamiento a la cotidianidad del artista y ver cómo desde la danza se desarrollan procesos comunicativos que contribuyen al fortalecimiento de su identidad cultural.

Uno de los productos que se está utilizando es un cuadernillo denominado “El diario de un danzante”, en el que se plasma el proceso que cada integrante ha llevado a lo largo de los años y cómo sus conceptos e identidad cultural se han ido fortaleciendo a través de estos. Como resultado final de la investigación se espera evidenciar cómo desde la danza se construyen procesos comunicativos que fortalecen la identidad cultural de un pueblo.

Diego Alberto Polo Paredes (2021). *Reexistencias territoriales a extractivismo minero, el caso de la Cajamarca, Tolima*. La investigación reflexiona sobre las prácticas comunicativas en el proceso de reexistencia del proyecto extractivo “La Colosa” en Cajamarca, Tolima, por parte organizaciones sociales que defienden el agua, la vida y el territorio. La pregunta principal que se abordó fue cuáles fueron las prácticas de reexistencia que las organizaciones sociales en Cajamarca construyeron para defender su territorio en el contexto del proyecto extractivo “La Colosa”.

El resultado de la indagación, derivado de un constante seguimiento al conflicto minero, reconoce los modos distintos de “ser, pensar y sentir, de concebir el tiempo, la relación entre los seres humanos, de mirar el pasado y el futuro, de organizar colectivamente la vida” (De Sousa Santos, 2011, p. 35). Así, la investigación devela la manera en que los grupos sociales en reexistencia al proyecto minero construyeron sus sentidos y prácticas, en oposición a la visión dominante del

extractivismo mediante estrategias de asimilación de distintos capitales simbólicos; esto es, “un proceso de reconocimiento, interpretación, calificación y descalificación de los temas en disputa” (González, 1987, p. 17).

La lucha va ligada a lo que Svampa (2016) ha llamado el giro ecoterritorial, un frente común de acción conjunta que sirve como forma de interpretación, sentido y generador de una conciencia colectiva alternativa. El trabajo se estructura desde un diseño cualitativo bajo la premisa de que la realidad es subjetiva, y ellos mismos, como actores intervinientes, contribuyen a producir y reproducir el contexto de la interacción que desean investigar (Sautu et al. 2005).

Así las cosas, la ponencia enfatiza sobre las disputas y movimientos por la autonomía territorial al tiempo que presenta un panorama de las acciones comunicativas y organizativas de los colectivos sociales de Cajamarca realizadas en los últimos diez años para defender la autonomía de sus territorios.

Paola Andrea Fajardo Pereira (2021). *Configuración de territorios escolares mediados por las TIC*. La situación por la que atraviesa el mundo, especialmente nuestro país ante la contingencia creada por la pandemia del COVID-19, hizo que la academia se adaptara de forma abrupta a dar respuesta a un sistema de educación mediado por las TIC, que trajo consigo, si bien es cierto, muchas rutinas productivas y positivas para la vida académica, también abrió una gran brecha negativa en actividades cotidianas en relación comunicativa entre docente-estudiante-padres de familia y viceversa, entre otras.

Vicky Delgado (2021). *Mujer en tiempos del COVID-19*. Promover la participación de las mujeres en apuestas investigativas como sujetos activos de experiencias, saberes y conocimientos y visibilizar sus aportes desde las vivencias de su cotidianidad a partir de la pandemia por el COVID-19, desde un enfoque de la comunicación intercultural y para el buen vivir, son propósitos en este ejercicio de reflexión, así como el llamado a la unidad de las mujeres como seres sentipensantes –independientemente de su condición social, raza, etnia, religión, ideología, convicciones, aprehensiones e imaginarios–

como las primeras defensoras de la igualdad y equidad de género e inclusión social ante desafíos que trascienden la garantía de derechos poblacionales hacia la transformación de sociedades justas, equilibradas, solidarias y sostenibles.

Así, a partir del proceso de sistematización de una investigación en curso, mujeres de diferentes regiones de Colombia revelan a partir de sus experiencias panoramas de invisibilidad, desconocimiento, discriminación, marginalidad y exclusión social durante la pandemia del COVID-19, y desde distintos roles y ámbitos de incidencia comparten sus vivencias e iniciativas de resistencia y de persistencia soportadas en su capacidad de liderazgo, adaptación, organización y sensibilidad ante la emergencia sanitaria mundial vigente.

En los contextos territoriales, durante la pandemia, no solo afloraron infinidad de dificultades, aprendizajes y retos, sino que además se develaron con mayor precisión múltiples vulnerabilidades derivadas de problemas estructurales y de brechas socioeconómicas, políticas y culturales que han subsistido por décadas.

Katty Yineth Romaña Córdoba (2021). *Discurso decolonial de la mujer negra en las redes. Aproximación a las dinámicas de visibilización desde las redes sociales del feminismo negro en Colombia*, que debe entenderse en el marco de las particularidades de la población afro y no desde una visión homogeneizadora. Las mujeres negras enfrentan una serie de opresiones que tienen lugar primero en el movimiento afrocolombiano y segundo en la visión feminista occidental que impera en el país. Por ello es necesario abordar la mirada diferencial como señala la feminista afrocolombiana Ruth Lozano, enmarcada en otros mundos.

El sistema patriarcal ha incidido en el cuerpo de las mujeres negras, negando oportunidades educativas y económicas. Su lucha ha sido más invisibilizada que la de las mujeres blancas y los hombres negros, lo que significa que están expuestas a una doble discriminación por la violencia de género y étnico-racial de los unos y las otras. Las dinámicas de resistencia se sustentan no solo desde el hogar y lo comunitario, sino en el marco de la relación con la naturaleza y el

territorio.

Dentro de este contexto, las tensiones que describen la situación de la mujer negra afrocolombiana también han suscitado mecanismos de resistencia, orientados a construir nuevas narrativas, que se circunscriben en las particularidades propias y en su cosmovisión, las cuales hoy gracias al desarrollo tecnológico y a la aparición de las redes sociales gozan de visibilidad.

Por último, Jorge Iván Jaramillo Hincapié (2021). *Discusiones actuales en clave comunicación-decolonialidad de las cuestiones étnicas, campesinas, de género, etc.* En la ponencia menciona la importancia de traer diferentes análisis, estudios de caso, problemáticas, categorías, actores sociales al campo de los estudios de la comunicación y el periodismo en el horizonte de los estudios étnicos.

Trae a la discusión un subtítulo provocativo como Soy negro, indígena, campesino, sisgénero, transgénero, *queer*, joven. Cómo nos narran los medios de la comunicación y la historia. De otro lado, el trabajo de campo *Mediaciones, redes, urdimbres y cuestiones étnicas en un Espacio Territorial de Capacitación y Reincorporación (ETCR) (Icononzo, Tolima)*. En él propone mostrar algunos resultados producto de la investigación “Subjetividades y economías comunitarias, un diálogo de experiencias en el Espacio Territorial de Capacitación y Reincorporación de Icononzo, Tolima” y se articula con el interés de las discusiones actuales de la comunicación-decolonialidad desde la apuesta de ver las significaciones en las prácticas de los actores sociales, la construcción de sus redes y las mediaciones cotidianas.

Finalmente, esto nos lleva a pensar cómo el cultivo de sujetos para la vida comunitaria, que agencian una serie de conocimientos ganados en la guerra, posibilita otras maneras de habitar los espacios de reincorporación y proponer prácticas económicas diversas, formas de estar y ser en el mundo y significaciones a sus propias prácticas comunicativas. La pregunta que queda es por la sostenibilidad de formas colectivas de producción y reproducción de la vida en el ETCR.

Conclusiones

Dentro del repertorio de trabajos que se han presentado en los tres encuentros nacionales, desde su creación, logramos percibir cómo el espacio se hacía importante al presentar un buen número de ponencias de diferentes lugares del país que en los otros grupos de trabajo tenían alguna relación, pero que en este grupo encontraron un público ávido de estos temas e investigadores interesados en fortalecer un espacio donde se lograran visibilizar problemáticas, discusiones y aproximaciones de trabajos que vienen desde las propias organizaciones, desde los intereses de estudiantes e investigadores que ponen a dialogar a este fragmentado país.

Por ello el grupo temático Comunicación, cuestiones étnicas, de género, rurales y migraciones invita a reconocer todo el entramado, todos esos tejidos, todas las urdimbres que construyen las voces de la Latinoamérica negra, indígena, blanco-mestiza, gitana, campesina que surgen en cada rincón, desde cada espacio que se relata en sus propias voces.

Por ello no se pretende en este trabajo quedarnos encerrados desde la academia; se propone que sean las propias voces de las(os) investigadoras(es), organizaciones, estudiantes las que cuenten sus experiencias, para muchos sus primeras aproximaciones a cuestiones que llegaron a exotizar, que llegaron a caer en racismos que traían introyectados desde espacios primigenios de formación.

Referencias

- Colle, R. (2011). *El análisis de contenido de las comunicaciones. Fundamentos y técnicas*. Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Harper and Row.
- González, V. E., & Gómez, M. (2019). *Los movimientos sociales como agentes de producción y significación. Estudios de caso en Argentina y Colombia*. Universidad Externado de Colombia.

- Grimson, A. (2011). *Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad*. Siglo Veintiuno Editores.
- Guber, R. (2011). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Siglo Veintiuno Editores.
- Hernández-Sampieri, R. (2006). *Metodologías de investigación*. McGraw Hill.
- Jaramillo, J. I. (2011). Mestizos outsiders, negros desaparecidos en las crónicas del Río de la Plata en los siglos XV y XVI. *Revista Comunicación y Ciudadanía*, (4).
- Kiyosaki, R. (2012). *El juego del dinero*. Penguin Random House Grupo Editorial.
- Lozano, J. C. (1996). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Pearson Education.
- Restrepo, E. (2016). *Etnografía: alcances, técnicas y éticas*. Envión Editores.
- Snow, D., & Benford, R. (2000). Clarifying the Relationship between Framing and Ideology. *Mobilization: An International Journal*, 5(I), 55-60.
- Torrico, E. (2018). *Comunicación y decolonialidad. Horizonte en construcción*.

Otras fuentes

- Grupo de interés ALAIC: *Comunicación-decolonialidad*. Dir. Erick Torrico Villanueva.
- Memorias de los Encuentros Nacionales de la Asociación Colombiana de Investigación 2018, publicadas en la página de la Asociación: <https://www.acicom.co/encuentro-acicom/>
- Y las memorias de los encuentros 2019 y 2021 (En proceso de publicación).

Investigación sobre comunicación indígena en Colombia (2008-2019)*

Research into Indigenous Communication
in Colombia (2008-2019)

Adriana Rodríguez-Sánchez²⁹

Resumen

Este capítulo presenta los resultados de la revisión de literatura sobre investigación en comunicación indígena en Colombia, elaborada a partir del análisis de artículos de revistas indexadas, capítulos y libros. Los resultados permiten observar un predominio de los estudios sobre la relación entre medios y tecnologías de comunicación, el uso de metodologías cualitativas, el avance de plataformas teórico-metodológicas propias vinculadas a lo que podría denominarse el *subcampo académico de la comunicación indígena* y cuatro temas transversales: identidad, memoria, representación y resistencia. Se considera que se requiere seguir avanzando en el diálogo y en la producción de conocimiento, teniendo en cuenta formas distintas de interrogar, pensar, hacer y comunicar la comunicación indígena.

* Este capítulo es resultado del proyecto Configuración de la valoración social de lo indígena a partir de las experiencias con los medios y tecnologías de comunicación en el resguardo Nianza Nacequia, ubicado en el municipio de Restrepo, Valle del Cauca, financiado por la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

²⁹ Doctora en Estudios Científicos Sociales del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores y de Occidente (ITESO-México). Magister en Sociología (Universidad del Valle). Comunicadora social-periodista (Universidad del Valle). Profesora del Departamento de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Integrante del grupo de investigación Comunicación y Lenguajes. Correo institucional: adrianarodriguez@javerianacali.edu.co Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6511-934X>

Palabras clave: Comunicación indígena, comunicación propia, medios y tecnologías de comunicación indígena, comunicación propia y apropiada.

Abstract

This chapter presents the results of the literature review on research in indigenous communication in Colombia, compiled from the analysis of articles from indexed journals, chapters and books. The results enable us to detect a predominance of studies on the relationship between media and communication technologies, the use of qualitative methodologies, the advancement of theoretical-methodological platforms linked to what could be termed the academic subfield of indigenous communication, and four transversal themes: identity, memory, representation, and resistance. The continued advancement of dialogue and the generation of knowledge are considered necessary, as well as the consideration of different methods of questioning, thinking, making, and communicating indigenous communication.

Key words: indigenous communication, own communication, means and technologies of indigenous communication, own and appropriated communication.

Introducción

En Colombia, 1.905.617 personas se autorreconocen como indígenas, es decir, el 4 % de la población total, la cual se encuentra distribuida en 115 pueblos³⁰ (DANE, 2019). Además, en el país se destaca la existencia de múltiples prácticas, estrategias, proyectos y actividades de formación, producción y divulgación de comunicación

³⁰ De acuerdo con el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2019), los pueblos Wayuu, Nasa, Pastos y Zenú son los más numerosos en el país, representan el 58,1 %. En el censo 2018, los pueblos indígenas en aislamiento voluntario no fueron registrados en consideración con su decisión.

indígena³¹. Sin embargo, a pesar de la presencia de estas comunidades y del dinamismo de sus colectivos y organizaciones, la investigación sobre comunicación indígena es relativamente escasa. Este trabajo pretende contribuir a identificar algunos de los rasgos principales de los estudios que han explorado esta temática, como insumo para seguir avanzando en su indagación.

Es necesario reconocer que la investigación en comunicación indígena en América Latina puede ser considerada como un área de estudio emergente que ha ido instituyéndose junto con las discusiones sobre interculturalidad, dominación, movimientos sociales y perspectivas críticas, como la del denominado *giro decolonial* (Barranquero & González Tanco, 2018), que se ha gestado en distintos escenarios, de la mano de las luchas de diferentes grupos sociales por la reivindicación y respeto de sus derechos.

En los últimos años, una serie de producciones académicas ha permitido elaborar una reflexión y balance significativo sobre procesos y prácticas comunicativos de pueblos indígenas latinoamericanos (González Tanco, 2012; Sierra & Maldonado, 2015; Magallanes & Ramos, 2016; Arcila Calderón et al., 2018; Huertas Bailén & Luna, 2018; Orobítz Canal, 2020). Estos trabajos han aportado al debate sobre el estudio de la otredad, los problemas de la representación, la visibilización, la identidad y el uso estratégico de los medios, entre otros aspectos, revelando en cada caso las diversas y variadas formas que asume la comunicación indígena, según el contexto. Sin embargo, aún se requieren trabajos que analicen el desarrollo de la investigación sobre comunicación indígena en cada país y que puedan servir de base para estudios comparativos, para construir un panorama más preciso de la manera como se está pensando y construyendo este objeto de estudio.

Este trabajo se concentra en realizar una revisión de la investigación sobre comunicación indígena en Colombia en la última década.

³¹ El banco de contenidos del Ministerio de Cultura registra algunos de los proyectos o propuestas de comunicación indígena desarrollados en el país.

da, para lo cual asume la distinción entre *comunicación propia* y *apropiada*, expresada en el documento protocolizado de *Política pública de comunicación de y para los pueblos indígenas* (Comisión Nacional de Comunicación de los Pueblos Indígenas [Concicip] et al., 2017). La *comunicación propia* alude a las *prácticas, saberes y costumbres utilizados para interactuar entre sí, con la naturaleza y con los seres espirituales* (Concicip et al., 2017, p. 34). Se fundamenta en el derecho propio, la identidad, el idioma y la cosmovisión. Por el contrario, la *comunicación apropiada* se refiere a todas aquellas instituciones, tecnologías, dispositivos o lenguajes no indígenas que son o no utilizados por estas comunidades para producir, divulgar o consumir contenidos con diferentes propósitos (Concicip et al., 2017).

Metodología

Para esta revisión fueron seleccionados artículos de revistas indexadas, capítulos de libro y libros resultado de procesos de investigación. Se privilegió la consulta de este tipo de documentos porque son formas validadas y de circulación pública para comunicar la producción de conocimiento.

Para la selección del corpus se tuvieron en cuenta los siguientes criterios:

1. Temática: artículos, capítulos y libros cuyo propósito principal fuese el análisis de procesos y prácticas de *comunicación propia* o *apropiada* de pueblos indígenas colombianos.
2. Temporalidad: publicaciones ubicadas entre los años 2008 y 2019, para examinar la producción de la última década.
3. Idioma: artículos en español o inglés.

Como puede observarse, esta revisión presenta dos limitaciones; en primer lugar, se circunscribe a la producción científica de la última década, aunque la investigación sobre comunicación indígena puede rastrearse en años anteriores (González Tanco, 2012). Y, en segundo lugar, no considera otro tipo de documentos que también

registran procesos investigativos de distinto nivel y alcance, como trabajos de grado de programas académicos de pregrado, tesis de maestría y de doctorado, ponencias, memorias de eventos, textos de circulación restringida o inéditos producidos por organizaciones indígenas o en idiomas propios. A pesar de estas limitaciones, la revisión efectuada permite aproximarse a la producción científica sobre esta temática e identificar tendencias generales.

La búsqueda de los documentos se realizó en bases de datos digitales (Ebsco, Proquest, Jstor, Sage) y buscadores en Internet. Se utilizaron las siguientes palabras clave en español e inglés:

Comunicación propia + Colombia. / Comunicación + indígena + Colombia. / Medios de comunicación + indígena + Colombia. / Radio (emisoras) + indígena + Colombia. / Cine + indígena + Colombia. / Audiovisual (video) + indígena + Colombia. / Prensa (periódico) + indígena + Colombia. / Periodismo + indígena + Colombia. / Redes sociales + indígena + Colombia. / Tecnologías de información y comunicación (TIC) + indígena + Colombia. / Internet + indígena + Colombia.

Como resultado de esta búsqueda fueron seleccionados 37 artículos de revistas, 9 capítulos de libro y 6 libros, en total 52 publicaciones.

Una vez se seleccionaron los artículos se procedió a clasificarlos y agruparlos por temáticas generales: investigaciones sobre radio, producción audiovisual, periodismo, tecnologías de comunicación e información, medios en general y comunicación propia. Posteriormente, cada grupo de artículos fue analizado según sus objetivos, metodología, teorías, resultados y conclusiones.

Resultados

Esta sección se divide en dos partes. En primer lugar, presenta tres rasgos generales de la investigación sobre comunicación indígena y

posteriormente expone una síntesis sobre los hallazgos en relación con cada temática: radio, periodismo, producción audiovisual, medios y tecnologías de comunicación e información y comunicación propia.

La tabla 1 registra la frecuencia de las investigaciones publicadas sobre comunicación indígena, distribuidas por temáticas y años. A partir de los datos sobresalen tres rasgos generales: 1. Predominio de los estudios sobre *comunicación apropiada*. 2. Avance de la investigación sobre *comunicación propia* en los últimos años. 3. Concentración de los estudios en los procesos de comunicación del pueblo nasa, departamento del Cauca.

Tabla 1. Frecuencia de artículos, capítulos y libros de investigación sobre comunicación indígena en Colombia por temática y año (2008-2019)

Año	Radio	Periodismo	Audiovisual Televisión, video y cine	Medios y tecnologías de información y comunicación	Comunicación propia	Total
2008	2					2
2009					1	1
2010	1			1		2
2011			2	2		4
2012	3		3		1	7
2013	1		1		1	3
2014	1		1	2		4
2015			7	1		8
2016		1	1	1		3
2017				3		3
2018		1	1	2	2	6
2019	2	1	1	1	4	9
Total	10	3	17	13	9	52

Nota: La tabla muestra la concentración de las investigaciones sobre determinadas

Fuente: Elaboración propia.

1. Predominio de la investigación sobre comunicación apropiada

De las 52 publicaciones seleccionadas, 43 se concentran en analizar procesos de *comunicación apropiada*, se destaca la reflexión sobre lo audiovisual, las TIC y la radio. Este aspecto podría corresponderse con el desarrollo y la labor realizada por escuelas, colectivos y grupos indígenas vinculados directamente con estas áreas de producción mediática³², con las alianzas que estos grupos han establecido con instituciones, como las universidades y el apoyo de algunos organismos del Estado³³, así como con la conformación de redes de divulgación, muestras y festivales³⁴. Es preciso destacar que estos trabajos tienden a elaborar una reflexión sobre los vínculos entre los medios de comunicación, la identidad, la resistencia o la memoria, como se verá más adelante.

2. Avance de la investigación sobre comunicación propia

Nueve de las publicaciones examinan expresiones y prácticas comunicativas ancestrales, como el trueque, la tulpa, los sueños o los sitios sagrados; reivindican las formas que asume la *comunicación propia* y toman distancia del análisis de los medios y tecnologías de comunicación apropiados.

³² De acuerdo con Mora, algunos de los colectivos indígenas de producción de contenidos son Tejido de Comunicación de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca (ACIN) (pueblo Nasa). Colectivo Zhigoneshi de la Organización Gonawindúa Tayrona de la Sierra Nevada de Santa Marta (pueblos Wiwa, Kogui y Arhuaco). Fundación Cineminga (pueblo Nasa). Fuerza de Mujeres Wayúu (pueblo Wayúu). Organización Indígena Yanama (pueblo Wayúu). Organización Indígena de Antioquia (pueblos Embera, Kuna Tule y Zenú). Fundación Nasa Wala (pueblo Nasa). Colectivo de Comunicaciones del Territorio Tamabioy (pueblos Kamentsá e Inga). Programa de Comunicaciones del pueblo Misak (pueblo Misak). Kankuama TV (pueblo Kankuamo). Grupo de Benhur Teteye (pueblos Bora y Huitoto).

³³ De acuerdo con el informe de gestión de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura, entre los años 2010 y 2018 se han apoyado 10 escuelas o procesos de formación propia, se han capacitado 710 comunicadores, líderes y jóvenes indígenas y se han ofrecido 7 becas de creación de franjas sonoras, 6 becas para producción documental y 14 estímulos para organizaciones indígenas (Dirección de Comunicaciones, 2018). En las últimas convocatorias del Ministerio de Cultura y del Ministerio de Tecnologías y de Comunicación (Min-Tic) se han ofrecido estímulos y becas específicos para la producción audiovisual de comunidades indígenas.

³⁴ La muestra de cine y video indígena Daupará se constituye en un ejemplo de los espacios de circulación de este tipo de producciones, véase <https://daupara.com/>.

Seis de estos trabajos fueron publicados entre el 2018 y el 2019, y, como se plantea más adelante, la mayoría de estos estudios asume rutas teóricas y metodológicas desarrolladas en el marco de proyectos pedagógicos propios, que pretenden ser coherentes con la cosmovisión de los pueblos indígenas. Estas decisiones teórico-metodológicas parecen estar evidenciando desplazamientos importantes en el estudio de la comunicación indígena que ponen en discusión modelos de investigación, circuitos de publicación y los lugares desde donde se piensan las prácticas comunicativas propias.

3. Concentración de los estudios en los procesos de comunicación del pueblo Nasa

Otro aspecto que se destaca es la alta concentración de la producción académica sobre, con y desde el pueblo Nasa. Más de veinte de los trabajos hacen referencia a la comunicación propia y apropiada de esta comunidad; en segundo lugar, se ubican los estudios en los que participan los pueblos Embera Chami, Kokonuco, Wayúu y Kankuamo. Sobre otros grupos se registran uno o dos estudios³⁵.

Este dato puede ser significativo porque permite trazar un mapa de la investigación de la comunicación indígena que ha ubicado en el centro de interés a las comunidades del norte del Cauca, Eje Cafetero, La Guajira y la Sierra Nevada de Santa Marta, lugares con tradición en la producción de comunicación y en la formación de comunicadores indígenas.

El predominio de los estudios acerca del pueblo Nasa podría explicarse por su organización política, el liderazgo en las movilizaciones indígenas, la consolidación de un sistema de comunicaciones, la institucionalización académica del campo comunicacional a través de la Universidad Autónoma Indígena Intercultural (Uaiin)³⁶, el

³⁵ Otros pueblos que participan en los estudios son Pastos, Misak, Awa, Inga, Wiwa, Kogui, Cubero, Bora, Andoque, Tikuna, Zenú, Arhuaco.

³⁶ La Uaiin ofrece a la fecha los siguientes programas académicos: Administración y gestión propia, Buen vivir comunitario, Comunicación propia intercultural, Derecho propio intercultural, Licenciatura en pedagogía de artes y saberes ancestrales, Licenciatura en pedagogía para la

papel protagónico de los comunicadores indígenas en los procesos de investigación y reflexión.

Las prácticas comunicacionales del pueblo Nasa se han convertido en punto de referencia para otros grupos sociales por el uso estratégico que hacen de los medios y tecnologías de comunicación, por la manera en que han visibilizado la comunicación propia, por sus luchas por la representación, por construir un sistema de educación propio y por “caminar la palabra”.

Considerando estos tres rasgos generales, a continuación se presenta la síntesis de los resultados por temática.

Estudios sobre la radio indígena

La radio es uno de los medios de comunicación más utilizados por diferentes organizaciones indígenas en América Latina, por sustentarse en la oralidad y por su *plasticidad tecnológica* (Orobitg Canal, 2020). En el caso colombiano también se reporta una presencia y rol destacados de las emisoras indígenas, pero no así en la investigación. De acuerdo con Cuesta Moreno (2012a; 2012b), entre los años 1974 y 2011 se realizaron en el país solo cuatro estudios centrados específicamente en la radio indígena (González & Rodríguez, 2006; Villegas et al., 2007; Rodríguez & El Gazi, 2007; Uribe-Jongbloed & Peña Sarmiento, 2008) y un diagnóstico de las emisoras de estas comunidades (ONIC-Min-Cultura, 2009)³⁷. Estos trabajos exploran temáticas similares a las identificadas en la presente revisión: la relación entre la radio, la identidad, el Estado y el conflicto armado.

Los estudios sobre la relación entre radio e identidad (Uribe-Jongbloed & Peña Sarmiento, 2008; Peña Sarmiento, 2012; Cuesta Moreno et al., 2013; Uribe-Jongbloed & Peña Sarmiento, 2014;

revitalización de lenguas originarias, Licenciatura en pedagogías comunitarias, Revitalización de la madre tierra, Tecnología en administración pública especial para los territorios ancestrales indígenas y Tecnología en pedagogía y lingüística aplicada para revitalización de la lengua nasa. Véase <https://uaiinpebi-cric.edu.co/>.

³⁷ En ese diagnóstico se identificaron 28 emisoras indígenas, 9 de las cuales estaban ubicadas en el departamento del Cauca y 5 en Nariño. Además, se observó que en el Cauca operaba el único centro de producción radiofónica indígena del país (Cuesta Moreno, 2012a, p. 190).

Uribe-Jongbloed, 2011) pretenden explorar los vínculos y tensiones entre los procesos de producción de contenidos radiofónicos y dos aspectos centrales de la identidad indígena: las cosmovisiones y el idioma. Examinan la manera como las comunidades usan la radio, recrean sus propios relatos, emplean o no su idioma y se relacionan con la *cultura mayoritaria*.

La indagación se realiza a partir de la observación, de entrevistas a productores radiales, así como del análisis de parrillas de programación, programas, contenidos, lenguajes, formatos y rutinas de producción. Estos estudios evidencian que la radio ha permitido compartir saberes ancestrales y fortalecer el tejido social en medio de los desafíos impuestos por las emisoras comerciales.

Las investigaciones sobre la relación entre la radio indígena y el Estado (Cortés, 2019a, 2019b) asumen una perspectiva etnográfica para indagar las contradicciones que se suscitan entre los proyectos mediáticos de estas comunidades y el apoyo, regulación y acompañamiento del Estado. Para Cortés (2019a, 2019b), la legislación existente es ambigua porque parece sustentarse en un discurso que promueve la inclusión, pero, al mismo tiempo, dificulta la sostenibilidad económica de estos medios y restringe su campo de acción política. Para el autor, aunque la radio puede contribuir a afianzar procesos colectivos, puede afectar prácticas comunicativas propias e incluso desencadenar conflictos internos en las comunidades.

Por su parte, los trabajos que exploran los nexos entre la radio, el Estado y el conflicto armado (Murillo, 2008; 2010) examinan la manera como una emisora indígena del pueblo Nasa se convierte en recurso y herramienta para la denuncia y la resistencia. La radio opera como caja de resonancia para las demandas del grupo, espacio de debate y acción ciudadana. Se erige en una *esfera pública alternativa*, fundamental para tramitar el conflicto e insertarse en el diálogo nacional, en contraposición a discursos hegemónicos que deslegitiman la protesta indígena.

Estos estudios permiten subrayar la marginalidad de la investigación sobre la radio indígena, develan las contradicciones sobre las

que se sustentan los procesos de producción de contenidos radiofónicos y las disputas con actores armados y el Estado para construir un paisaje sonoro propio. Estos trabajos enfatizan en la dimensión cultural y política de la radio indígena.

Estudios sobre el periodismo y los pueblos indígenas

Las investigaciones ubicadas en este grupo se caracterizan por examinar el tratamiento periodístico sobre un pueblo determinado o acerca de las movilizaciones indígenas en el país. Se fundamentan en diferentes teorías de las representaciones sociales, en el concepto de repertorio y en la antropología de los medios, entre otros. Metodológicamente, emplean entrevistas y el análisis documental, de contenido y del discurso.

Asumen que los medios de comunicación participan en los procesos de construcción de la opinión pública, que pueden reproducir o poner en circulación estereotipos, imágenes mentales, creencias o valoraciones sobre actores o eventos sociales y que orientan la acción social. Pretenden develar las *disputas discursivas*, las confrontaciones entre las versiones oficiales y las generadas por los propios grupos, las asimetrías de las agendas periodísticas y sus complicidades con los discursos hegemónicos y el poder. Este grupo de trabajos está conformado por cuatro investigaciones: García (2019), Cortés (2016), Salazar (2018) y Ruano (2019).

García (2019) analiza las representaciones sociales del pueblo Wayúu en la prensa nacional en línea y encuentra que se pretende mostrar la importancia cultural de este pueblo indígena, las condiciones de precariedad en las que viven y las prácticas de corrupción que los afectan.

Cortés (2016) realiza un análisis de contenido del cubrimiento informativo de la *Minga de Resistencia Social y Comunitaria* de los años 2008 y 2009, llevado a cabo por los periódicos de circulación nacional *El Tiempo* y *El Espectador* y por los noticieros de televisión de los canales privados Caracol y RCN.

Salazar (2018) indaga acerca del cubrimiento sobre la *Minga de Resistencia Social y Comunitaria* en el 2008, la recuperación del cerro El Berlín en el 2012 y las *Mingas de Liberación de la Madre Tierra* de los años 2012 y 2013. Contrasta la información publicada en medios de comunicación nacionales (*El Tiempo*, *El Espectador*, revista *Semana*, Caracol y RCN), medios locales (*Opanoticias* y *La Nación*) y la realizada por dos colectivos indígenas (el Tejido de comunicación Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca y el Tejido del viento de el colectivo Viento de Comunicación, en el Huila). Ruano (2019) examina el cubrimiento de la *Minga de Resistencia Social y Comunitaria* del 2008 en la revista *Semana* y el periódico *El Liberal* (Popayán), en videos y, además, realiza entrevistas a personas vinculadas con la Minga.

A pesar de las diferencias de enfoques, los trabajos de Cortés (2016), Salazar (2018) y Ruano (2019) coinciden en señalar que el cubrimiento periodístico realizado por los medios de comunicación hegemónicos tiende a criminalizar, estigmatizar, deslegitimar o invisibilizar la protesta social. Por el contrario, la información producida por los colectivos indígenas se concentra en brindar argumentos para explicar el contexto de las movilizaciones y en denunciar la violencia ejercida contra ellos.

Estas investigaciones parecen concebir a los medios de comunicación informativos como escenarios donde se libran batallas simbólicas por el reconocimiento, pero también como instituciones que participan en la producción, reproducción y activación de discursos que pueden validar o deslegitimar la protesta social. Se asume una postura crítica frente al rol del periodismo en el cubrimiento de determinadas noticias y se intenta develar los mecanismos de manipulación y poder que se entretajan en los procesos construcción de la información.

Estudios sobre la producción audiovisual

Según los propósitos, las investigaciones acerca del cine, el video y la televisión indígenas pueden ser agrupadas en trabajos históricos,

de discusión sobre la “epistemología” de lo audiovisual, el problema de la representación, la relación entre lo audiovisual, la identidad, memoria y resistencia y sobre los públicos.

Los estudios con perspectiva histórica permiten reconocer las trayectorias y transformaciones de la relación que se ha establecido en el tiempo entre los pueblos indígenas, el cine y el video en el país. Al respecto, Mateus Mora (2012, 2013) identifica tres momentos: 1. *El descubrimiento del indígena por el cine nacional* (1929-1964). En esta etapa, los indígenas son representados en roles secundarios y en algunos casos vinculados a procesos de evangelización. 2. *Redescubrimiento del indígena por el cine* (1968-1980). En las producciones ubicadas en esta fase, los indígenas empiezan a ocupar roles protagónicos y se valoriza su presencia en la estructura narrativa. 3. *Etapa contemporánea* (desde la década del ochenta). En este periodo, los pueblos indígenas se asumen como realizadores o productores audiovisuales con capacidad para elaborar y narrar sus propios relatos.

Además de estos estudios, hay trabajos elaborados por integrantes de colectivos de producción audiovisual indígena interesados en reconstruir las experiencias y desafíos de sus comunidades frente a las imágenes en movimiento (Maestre Villazón & Fuentes Bolaño, 2015; Paredes, 2015). En estos casos, el ejercicio reflexivo es el resultado de un trabajo continuo de experimentación y realización audiovisual.

Los estudios con perspectiva histórica permiten reconocer cambios y continuidades de la relación entre los pueblos indígenas y lo audiovisual, así como las transformaciones de los lenguajes visuales, de sus fines y del rol de los realizadores, entre otros aspectos.

Los trabajos sobre la “epistemología” de lo audiovisual someten a interrogación las categorías teóricas, los ejercicios de conceptualización y el conocimiento acerca del video y el cine indígenas (Mora, 2012, 2015a). Plantean un debate sobre los lugares desde donde se piensa lo audiovisual, de los alcances y límites de los sistemas conceptuales, de legitimación y de validación del conocimiento, así como sobre los propósitos de dichos saberes y experticias. Tam-

bién pretenden que se reconozcan las particularidades de la producción audiovisual indígena y la reflexión de estos pueblos acerca de sus propios contenidos. Al respecto, Mora (2012) ha indicado que para pensar el cine y el video indígenas se requieren perspectivas interdisciplinarias que pongan en diálogo categorías provenientes, por ejemplo, de la sociología de los medios de comunicación, de la semiología, de la crítica decolonial, de la cultura visual, de la filosofía, entre otros. De igual forma, Mora (2012) da a entender que el análisis de la producción audiovisual indígena exige considerar los procesos de incorporación de las tecnologías, las identidades étnicas, los sistemas de representación y las demandas de los pueblos indígenas en términos de políticas de comunicación.

Estos trabajos se constituyen en una invitación a asumir una perspectiva crítica acerca de la forma como se investiga y produce conocimiento sobre lo audiovisual y revela el grado de desarrollo de estas reflexiones.

Por su parte, las investigaciones que se enfocan en los problemas de la representación y autorrepresentación se interesan en examinar las estructuras narrativas, las estéticas y los lenguajes del cine y el video indígenas (Mora, 2014, 2015b, 2015c; Polanco & Aguilera, 2011; Muñoz L. M., 2018; Cruz, 2019). Analizan las disputas entre los *regímenes hegemónicos de la representación* de lo indígena y las estrategias y mediaciones utilizadas por las comunidades para construir sus relatos sobre sí mismos. En ese sentido, revelan las contradicciones o dilemas éticos y políticos con respecto a la autoría, a los fines y a las decisiones expresivas de dichos materiales.

Un ejemplo de este tipo de investigaciones lo constituye el trabajo de Mora (2014), quien analiza un grupo de documentales producidos por el pueblo Nasa sobre sus marchas, conflictos por la tierra y utopías. Examina las convenciones y dispositivos narrativos que utilizan y que provienen de diferentes fuentes, como el periodismo y el documental antropológico, y pone en evidencia la distancia que existe entre las versiones de los medios hegemónicos sobre las marchas indígenas y las que elaboran los Nasa.

En esta tendencia emerge el llamado de realizadoras audiovisuales para considerar los problemas de la representación y autorrepresentación desde una perspectiva de género. Barbosa (2015) analiza producciones elaboradas por mujeres indígenas, como *Mu Drua* y *La nueva casa de Hilda* para enfatizar en las particularidades de los relatos que ellas construyen, las temáticas que exploran y también los desafíos que enfrentan para participar en las dinámicas y lógicas de la realización audiovisual. Este trabajo revela las variadas formas de la producción audiovisual y el rol de la mujer indígena como realizadora que participa en las disputas por la representación de sus pueblos.

Los estudios que examinan la relación entre lo audiovisual, la memoria, la identidad y la resistencia (Aguilera & Polanco, 2012; Maestre Villazón & Fuentes Bolaño, 2015; Morales Urueta, 2011; Mateus Mora, 2016) se orientan a mostrar la manera como las imágenes actúan como dispositivos para objetivar y condensar la memoria de los pueblos indígenas y, al mismo tiempo, para avivar el compromiso con la lucha por el territorio y por sus derechos. En estos casos, lo audiovisual no se aborda como un ejercicio expresivo, sino ante todo político y de resistencia. Se muestran las conexiones entre las organizaciones indígenas, las movilizaciones, las disputas y las imágenes. Además, lo audiovisual se presenta como catalizador de procesos identitarios y de reconocimiento.

Con respecto a la temática de las audiencias y públicos de la producción audiovisual indígena, Villanueva (2015) establece una distinción entre públicos internos y externos. Los internos están conformados por la comunidad y los realizadores que interactúan de manera constante durante todo el proceso de producción de los videos o películas, generando espacios de diálogo para elaborar los relatos y tomar decisiones colectivas acerca de las convenciones, lenguajes y estéticas. Los públicos externos están conformados por los no indígenas y establecen modalidades de interacción muy variadas según el contexto y propósito de la exhibición del audiovisual. Un mismo material puede ser utilizado en un tribunal de justicia o en una escuela para un proyecto pedagógico (Villanueva, 2015).

Como puede observarse, las investigaciones sobre lo audiovisual se han enfocado en desentrañar la historia, en examinar los mecanismos de representación, en indagar los nexos entre lo audiovisual, la memoria, la identidad y la resistencia y en construir preguntas acerca de los modos de nombrar y pensar la televisión, el video y el cine indígenas.

Estudios sobre tecnologías de comunicación e información (TIC)

Las investigaciones sobre TIC se organizan alrededor de dos problemáticas: el uso y apropiación social de las TIC y la emergencia de lo político a partir de la relación entre *nuevos repertorios tecnológicos* y la comunidad.

Las investigaciones sobre los procesos de uso y apropiación de las TIC analizan la manera como estas se incorporan en la vida comunitaria y en la escuela. Se fundamentan, principalmente, en la antropología de la tecnología, en las representaciones sociales, en la propuesta de las mediaciones de Martín Barbero, en la comunicación comunitaria y en nociones como la comunicación digital. Se interrogan sobre las brechas y la inclusión digital y les interesa revisar las relaciones que se establecen entre el arribo de las tecnologías de comunicación e información a la comunidad y las prácticas ancestrales, la cosmovisión y los proyectos de vida. La mayoría de estas investigaciones recurre a la etnografía, la observación, las entrevistas y a los talleres como técnicas de recolección de los datos.

Se examinan las representaciones sociales sobre las TIC (Cruz, 2018), las modalidades de apropiación y resistencia frente a estas tecnologías (Acosta Nates, 2014; 2017; Quinchoa Cajas, 2011), las posibilidades que ofrecen en términos pedagógicos y sus articulaciones con la comunicación propia y los proyectos educativos (Ulcué Ulcué, 2018) y también se realizan diagnósticos sobre la manera como se usan determinadas herramientas, plataformas o recursos tecnológicos, con el propósito de ofrecer recomendaciones o elaborar estrategias más efectivas para su incorporación en la comunidad (Paz, 2015, 2017; Noreña, 2014).

De una u otra forma, estos trabajos integran una reflexión sobre la relación entre las TIC y la educación, sobre los procesos de enseñanza-aprendizaje para el manejo de las herramientas y los lenguajes asociados a estas, así como su articulación a las demandas de la comunidad, a sus procesos políticos y a la escuela. De igual forma, destacan la diversidad de usos de las TIC que realizan las comunidades para poner en circulación información y para visibilizar e interconectar las luchas de los pueblos indígenas con escenarios locales y globales.

Desde una perspectiva distinta, se registra un trabajo que examina la manera como los medios de comunicación y TIC se relacionan con los procesos de valoración social de lo indígena, lo que permite evidenciar la porosidad de las identidades indígenas, configuradas en medio de los conflictos (Tobar & Rodríguez, 2019).

También en este grupo se ubican los trabajos que indagan sobre el uso estratégico de las TIC en el contexto de las protestas sociales (Salazar Torres, 2016; 2017). Se revisa la manera como los escenarios digitales se convierten en espacios de disputa simbólica entre los relatos que estigmatizan y los que reivindican la protesta, es decir, en espacios donde se revelan los enfrentamientos entre versiones divulgadas por grupos de poder y medios de comunicación hegemónicos y las que proponen los colectivos indígenas. La comunicación es concebida como acción política y movilizadora que permite ensanchar la causa indígena a otras latitudes.

En segundo lugar, se ubican estudios que examinan la relación entre los denominados *nuevos repertorios tecnológicos* y la construcción de lo político de una organización indígena, como la ACIN (Asociación de Comunicación Indígena del Norte del Cauca) (Unás, 2010; Almendra et al., 2011). Estas investigaciones adoptan una *perspectiva socioconstructivista materialista*, es decir, consideran que las tecnologías y la sociedad se coproducen y que este vínculo debe ser explorado considerando la categoría del trabajo, como una dimensión fundamental de la existencia del ser humano, por lo que se distancian de las nociones de TIC y de la de apropiación.

Desde su punto de vista, el concepto de TIC hace referencia a herramientas o instrumentos y la de apropiación a la incorporación de un elemento externo a la vida social. Proponen en su lugar el concepto de *nuevos repertorios tecnológicos*, entendidos como *escenarios o ambientes* para la expresión y para la creación (Almendra et al., 2011, p. 27), son considerados agentes sociales. A partir del estudio del caso, observan que lo político surge de ese encuentro entre los nuevos repertorios y las prácticas desarrolladas por la comunidad, subrayan que se produce en medio de estructuras jerárquicas y experiencias participativas.

A pesar de la distancia teórica que se establece entre los dos grupos de trabajo, se destaca que ambos enfatizan en que las TIC o los *nuevos repertorios tecnológicos* permiten revelar las relaciones entre la ancestralidad y la contemporaneidad, la dimensión del aprendizaje, la porosidad y apertura de estas comunidades, así como las implicaciones en lo político.

Estudios sobre comunicación propia

Las investigaciones sobre comunicación propia pueden subdividirse en dos grupos, aquellos que se enfocan en la descripción y análisis de las prácticas comunicativas ancestrales (tul, trueque, sueños, sitios sagrados, minga, entre otros) y los que plantean una reflexión que articula la comunicación propia y la apropiada con la educación y la lucha política.

El primer grupo de estudios examina la relación de la comunicación propia con la cultura, identidad, idioma y cosmovisión del grupo de Muñoz, 2018; Avirama-Calambas, 2018; Puama Tobar, 2019; Chocué Guasaquillo y Ramos Pacho, 2019; Ruiz Galíndez y Viluche, 2019; Martínez y Guerrero, 2019. Enfatiza en los significados sociales de estas prácticas, en sus códigos, en su participación en la estructuración de la vida cotidiana y en la manera como permiten la interacción con los demás, la madre tierra y el mundo espiritual; también alude a los desafíos que deben enfrentar los pueblos indígenas para llevar a cabo estas prácticas como resultado de la sobrepo-

blación de resguardos, cambios generacionales, el ingreso de los niños y jóvenes a modelos de educación tradicionales, entre otros aspectos.

Estos trabajos manifiestan adoptar como metodología de investigación el *Cultivo y crianza de sabidurías y conocimientos* (CCRISAC), propuesta pedagógica y metodológica *para el desarrollo de los procesos de creación y recreación de saberes, conocimientos y prácticas* (Ruiicay, 2018, p. 9), elaborada de manera participativa en el marco de la Red de Universidades Indígenas, Interculturales y Comunitarias de Abya Yala (Ruiicay,). El CCRISAC pretende asumir la investigación desde una *perspectiva holística*, enraizada en los territorios, que contribuya a afianzar la identidad, a *reconocer y fortalecer los sistemas, saberes y prácticas de las comunidades*, en coherencia con los proyectos educativos propios (Ruiicay, 2018)³⁸.

Este rasgo resulta significativo porque cinco de los autores que se autorreconocen como indígenas integrantes de colectivos u organizaciones son egresados del *Máster en comunicación intercultural con enfoque de género* que hace parte de la Ruiicay y fueron publicados en la revista de una de las instituciones de la Red (Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense [Uraccan]). La postura metodológica adoptada y la adscripción institucional de los autores evidencian el proceso de institucionalización del campo académico de la comunicación indígena a través de la existencia modelos pedagógicos propios, del diseño de plataformas teórico-metodológicas, de

³⁸ El CCRISAC se fundamenta en nueve principios: relacionalidad, comunitariedad, reciprocidad, complementariedad, espiritualidad, intra/interculturalidad, bioeticidad, flexibilidad, comunicación intercultural. Considera tres rutas para su implementación: 1. La Chakana. Supone los siguientes momentos: vivencia en la práctica cotidiana, conversatorios comunitarios de saberes, representación gráfica y simbólica de los conversatorios, análisis simbólico y epistemológico, devolución y validación de los saberes y conocimientos (Ruiicay, 2018, p. 13). 2. El método vivencial simbólico relacional. Considera las vivencias, la intuición, lo espiritual y emocional como parte del proceso de investigación e intenta superar las dicotomías entre práctica y teoría y entre lo material y simbólico, y, 3. Creación y recreación de conocimientos, saberes y prácticas: la creación colectiva. Incluye los siguientes momentos: a) soñar la idea; b) análisis del contexto; c) armonía entre saberes; d) diseño de los caminos: investigación, acción intercultural; e) convivencia y construcción comunitaria de conocimientos, saberes y prácticas; f) diálogo de saberes y haceres, g) plan de acción.

programas académicos de pregrado y posgrado, de redes académicas, publicaciones, eventos, entre otros aspectos. De igual forma, estos aspectos demuestran los giros de la investigación en comunicación indígena en términos de preguntas, enfoques teóricos, metodologías, autoría y circuitos de divulgación.

Los trabajos sobre la comunicación propia, apropiada y sus vínculos con la educación y la lucha política parten de una postura crítica frente al modelo capitalista neoliberal, la economía extractivista, la educación tradicional homogeneizadora, los medios de comunicación hegemónicos y las formas de dominación, explotación, colonización y expropiación a los grupos indígenas.

Subrayan la potencia que tienen la comunicación propia, el uso estratégico de la comunicación apropiada para la resistencia y la lucha. Además, examinan los entrecruces entre la comunicación y la educación propia (Almendra, 2009, 2012; Almendra & Rozental, 2013).

En estas investigaciones predominan perspectivas teóricas críticas, vinculadas al giro decolonial y la búsqueda de otras metodologías y categorías de pensamiento. Se someten a discusión los procesos de producción y circulación del conocimiento, el lugar de los medios de comunicación y las formas como se incorporan a los proyectos políticos de las comunidades.

Conclusiones

En la investigación sobre la comunicación indígena en Colombia se destacan tres aspectos: 1. La transición de la investigación realizada por expertos de las ciencias sociales a expertos de las propias comunidades indígenas y de un trabajo colaborativo entre ambos. 2. La enorme variedad de posturas teóricas. 3. El reconocimiento de las prácticas comunicativas indígenas que rebasan a los medios de comunicación.

1. La democratización de la experticia y la autoría

Al comienzo del periodo observado predominaban los estudios elaborados por investigadores no indígenas vinculados a universidades y provenientes de diferentes áreas de las ciencias sociales, por ejemplo, sociología, antropología, comunicación e historia. Posteriormente empiezan a publicarse trabajos elaborados por investigadores indígenas con una doble condición: integrantes activos de organizaciones o colectivos de producción en comunicación y con formación académica en instituciones de educación superior en campos como la comunicación, la sociología, el trabajo social, la cooperación internacional, entre otros. Además, se hacen más frecuentes los trabajos llevados a cabo de manera colaborativa entre unos y otros.

Este desplazamiento evidencia las transformaciones en los abordajes de los estudios, de los métodos, de los enfoques y desde luego de la autoría. Se empiezan a validar otras maneras de producir el conocimiento, aunque los artículos de investigación de unos y otros circulan en diferentes escenarios. Se suscita una “democratización de la experticia”, que expresa luchas por el reconocimiento de los derechos de las comunidades indígenas y por su interés por asumir la vocería de sus pueblos.

2. Variedad de enfoques teóricos

Las investigaciones se sustentan teóricamente en perspectivas muy distintas que incluyen desde teorías de las representaciones sociales, antropología de la tecnología, antropología visual, perspectiva culturalista y movimientos sociales, solo por mencionar algunas.

Hacia el final del periodo analizado se registra un predominio del *giro decolonial* como marco interpretativo de las prácticas comunicacionales de los pueblos indígenas. Se retoman principios y orientaciones del *Buen Vivir* para interpretar la comunicación, haciendo referencia a una vida armoniosa no sustentada en la relación utilitaria entre seres humanos y naturaleza, en la vida comunitaria y en otras concepciones sobre el desarrollo (Arcila et al., 2018).

Esta variedad de enfoques puede estar aludiendo a que bajo esta área se abordan preguntas de investigación muy distintas, a que se requiere avanzar en la construcción de plataformas teórico-metodológicas y que este tipo de procesos demanda asumir una perspectiva interdisciplinaria que posibilite el diálogo entre diferentes actores y organizaciones que participan de las dinámicas y reflexiones de la comunicación indígena.

Además, se destaca la discusión alrededor de cuatro categorías: memoria, identidad, representación y resistencia. Expresan luchas de largo aliento de estas comunidades y asumen la comunicación como herramienta, dispositivo o escenario desde donde se piensan, organizan y vehiculizan dichas disputas. En este sentido, se enfatiza en la dimensión política de la comunicación y el problema del derecho a la comunicación o la comunicación como derecho.

3. El reconocimiento de las prácticas comunicativas indígenas que rebasan a los medios y tecnologías de comunicación

Esta revisión permite señalar que hay una coexistencia entre estudios centrados en procesos de apropiación o de uso de medios y tecnologías de comunicación no indígenas e investigaciones sobre comunicación propia o prácticas comunicativas ancestrales. Esta coexistencia posibilita considerar la comunicación como parte constitutiva de la vida de los pueblos indígenas en sus diferentes dimensiones, reivindicar las especificidades de la comunicación propia, el flujo continuo de información que atraviesa la vida comunitaria de estas poblaciones y reconocer el papel protagónico de los comunicadores indígenas al frente de proyectos radiofónicos, audiovisuales y digitales.

Este trabajo tiene limitaciones porque solo analiza investigaciones que circulan en espacios validados desde la academia (bases digitales, revistas indexadas y repositorios institucionales). No obstante, permite identificar algunos rasgos de la investigación sobre comunicación indígena efectuada desde Colombia y avizorar algunos de sus desafíos, como pensar los marcos teóricos desde donde se interpretan estos procesos, examinar el problema del derecho a la

comunicación, explorar los conflictos que se suscitan en cada comunidad y con el Estado, darle densidad a la dimensión política de la comunicación desde la perspectiva de los pueblos indígenas y seguir avanzando en la producción colaborativa del conocimiento.

Referencias

- Acosta Nates, P. A. (2014). Culturas tradicionales y cambios contemporáneos: el pueblo indígena kokonuco y las tecnologías de la información y la comunicación. *Revista Desafíos*, 26(2), 153-178. doi:dx.doi.org/10.12804/desafios26.02.2014.06
- Acosta Nates, P. A. (2017). *Tecnologías de la información y la comunicación en poblaciones indígenas*. Universidad de Caldas.
- Aguilera, C., & Polanco, G. (2012). Imágenes en movimiento y movimientos sociales. El caso del tejido de comunicación de la ACIN. *Cuadernos del cine colombiano*, 17B.
- Almendra, V. (2009). La palabra y acción para la movilización. *Revista Comunicación y Ciudadanía*, (2), 42-51.
- Almendra, V. (2012). Aprender caminando: somos con otros y estamos siendo en relaciones. *Revista Educación y Pedagogía*, 24(62), 47-62.
- Almendra, V., & Rozental, M. (2013). *Tejiendo el camino de la palabra: comunicar ya no es lo que nos imponen*. Nasa Acin. <http://anterior.nasaacin.org/index.php/informativo-nasaacin/nuestra-palabra-kuetasusuza-2013/6873-tejiendo-el-camino-de-la-palabra-comunicar-ya-noes-lo-que-nos-imponen>
- Almendra, V., Giraldo, D., Gómez, R., González, J., Grillo, O., Henao, A., Rueda, R., Ulcue, G., & Unás, V. (2011). *Tierra y silicio: cómo la palabra y la acción política de pueblos indígenas cultivan entornos digitales*. Universidad del Valle.
- Arcila Calderón, C., Barranquero, A., & González Tanco, E. (2018). From media to buen vivir: Latin American approaches to indigenous communication. *Communication Theory*, 28, 180-201. doi:10.1093/ct/qty004

- Avirama-Calambas, L. M. (2018). El rol de la mujer en la práctica del trueque como un proceso de comunicación propia. *Revista Ciencia e Interculturalidad*, 23(2), 193-203. doi:10.5377/rci.v23i2.6577
- Barbosa, F. (2015). Comunicación indígena o la realidad con ojos de mujer. En P. Mora, F. Barbosa, K. Fuentes, D. Hernández, I. Paredes, G. Ulcué, D. Maestre (Eds.), *Poéticas de la resistencia. Video indígena en Colombia* (pp. 141-162). Cinemateca Distrital, Ideartes.
- Barranquero, A., & González Tanco, E. (2018). Editorial. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 11(2), 5-10. doi:http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/11.2.2018
- Chocué Guasaquillo, A., & Ramos Pacho, A. (2019). Dialogando con los mayores espirituales, las palabras del Tul y con el sentir de la abuela. *Revista Ciencia e Interculturalidad*, 25(2), 36-46. doi:10.5377/rci.v25i2.8541
- Concip, MPC, Onic, Opiac, CIT, Aico, Mintic, MinCultura y ANTV. (diciembre de 2017). *Política pública de comunicación de y para los pueblos indígenas en Colombia*. <http://bancocontenidos.mincultura.gov.co/Multimedia-DirCom/pdfs/comunicacion-indigena/proyecto-02/comindigena-proyecto02-doc01-politica-publica-com-indigena.pdf>
- Cortés, D. M. (2016). Representación indígena en el periodismo colombiano: el cómo y el por qué. *Revista Jangwa Pana*, 15(1), 88-104. doi:http://dx.doi.org/10.21676/16574923.1753
- Cortés, D. M. (2019b). Radio Indígenas y Estado en Colombia ¿Herramientas "políticas" o Instrumentos "policivos"? *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (140), 59-74. doi:https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i140.3849
- Cortés, D. M. (2019a). 'Era mejor cuando éramos ilegales' (it was better when we were illegals): Indigenous people, the State and 'public interest' indigenous radio stations in Colombia. *Journal of Alternative and Community Media*, 4(3), 28-42.
- Cruz, C. (2018). Tecnologías de la Información y la comunicación en la comunidad Embera Chamí de Pueblo Rico, Risaralda: una

- mirada desde las representaciones sociales. *Revista NuestrAmérica*, 6(2), 101-123. <http://www.revista.nuestramerica.cl/ojs/index.php/nuestramerica/article/view/144/274>
- Cruz, C. (2019). El video indígena en la comunidad Emberá Chamí. *Luciérnaga*, 11(22), 95-111. doi:<https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v11n22a4>
- Cuesta Moreno, O. J. (2012a). Investigaciones radiofónicas: de la radio a la radio indígena. Una revisión en Colombia y Latinoamérica. *Anagramas. Rumbos y sentidos de la comunicación*, 10(20), 181-196. <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/616>
- Cuesta Moreno, O. J. (2012b). Observaciones sobre la radio indígena colombiana. *Prospectiva. Revista de trabajo social e intervención social*, (17), 141-155. doi:<https://doi.org/10.25100/prts.v0i17.1147>
- Cuesta Moreno, O. J., Gómez Melo, A., & Cárdenas Pinto, G. (2013). Cosmovisión en producción radiofónica de emisoras indígenas. Estudio de cuatro casos en Colombia. *F@ro: revista teórica del departamento de ciencias de la comunicación*, 1(17), 19-37.
- DANE. (2019, septiembre). *Población indígena de Colombia. Resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda CNPV-2018*. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/grupos-etnicos/presentacion-grupos-etnicos-2019.pdf>
- Dirección de Comunicaciones. (2018). *Informe de gestión Dirección de comunicaciones del Ministerio de cultura*. <https://bancode.contenidos.mincultura.gov.co/Multimedia-DirCom/comunicacion-indigena.html>
- García, C. (2019). Análisis de la representación social de los indígenas Wayuu en la prensa online colombiana. *Brazilian Journal of Development*, 5(6), 6632-6652. doi:10.34117/bjdv5n6-159
- González Tanco, E. (2012). La comunicación indígena como objeto de estudio emergente en América Latina. En T. Piñeiro, & M. E. Del Valle de Villalba (Eds.), *Nuevas tendencias en investigaciones sobre comunicación en el EEES* (pp. 215-236). Editorial: Visión Clara.

- González, A., & Rodríguez, C. (2006). Alas para tu voz. Ejercicios de ciudadanía desde una emisora comunitaria del piedemonte amazónico. En C. Rodríguez, S. Bayuelo, A. Cadavid, O. Durán, A. González, C. A. Tamayo, & J. Vega, *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en el contexto del conflicto armado en Colombia* (pp. 65-140). Centro de Competencia en Comunicación para América Latina - Friedrich Ebert Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07330.pdf>
- Huertas Bailén, A., & Luna, M. (2018). *Culturas indígenas: investigación, comunicación y resistencias*. In Com-UAB Publicaciones.
- Maestre Villazón, D., & Fuentes Bolaño, K. (2015). “Antes uno solo escuchaba y aprendía de forma distinta”. Reflexiones sobre la memoria audiovisual del pueblo kankuamo. En P. Mora, *Poéticas de la resistencia. El video indígena en Colombia* (pp. 131-139). Cinemateca distrital. Ideartes.
- Magallanes, C., & Ramos, J. M. (2016). *Miradas propias: pueblos indígenas, comunicación y medios en la sociedad global*. CIESPAL.
- Martínez, W., & Guerrero, D. (2019). La comunicación ancestral nasa. Una comunicación desde el wët wët fxi'zenxi (buen vivir). *IC-Revista Científica de Información y Comunicación*, 16, 665-690. doi:<https://dx.doi.org/10.12795/IC.2019.i19.21>
- Matéus Mora, A. (2016). Creación audiovisual en comunidades étnicas del suroccidente colombiano. doi:10.4000/agedor.1262
- Mateus Mora, A. M. (2012). Lo indígena en el cine y video colombianos: panorama histórico. *Cuadernos de cine colombiano*, 17A, 33-106.
- Mateus Mora, A. M. (2013). *El indígena en el cine y el audiovisual colombianos: imágenes y conflictos*. La Carreta Editores.
- Ministerio de Cultura. (2017). *Banco de contenidos*. <https://banco.decontenidos.mincultura.gov.co/Comunicacion-Indigena/>
- Mora, P. (2012). Más allá de las imágenes: aproximaciones para un estudio del video indígena en Colombia. *Cuadernos de cine colombiano. Nueva época*, 17B.
- Mora, P. (2014). Los límites de la representación en el audiovisual indígena caucano. *Revista Chilena de Antropología Visual*, (23), 1-26.

- Mora, P. (2015a). *Poéticas de la resistencia. El video indígena en Colombia*. Cinemateca Distrital. Ideartes.
- Mora, P. (2015b). Lo propio y lo ajeno. En P. Mora, F. Barbosa, K. Fuentes, D. Hernández, I. Paredes, G. Ulcué, D. Maestre, *Poéticas de la resistencia. El video indígena en Colombia* (pp. 29-46). Cinemateca Distrital, Ideartes.
- Mora, P. (2015c). Palabras e imágenes en el corazón del mundo. En Mora, P, F. Barbosa, K. Fuentes, D. Hernández, I. Paredes, G. Ulcué, D. Maestre, *Poética de la resistencia. El video indígena en Colombia* (pp. 75-100). Cinemateca Distrital, IDEARTES.
- Morales Urueta, G. A. (2011). Los medios de comunicación vinculados a las estrategias de resistencia y afirmación cultural de los pueblos indígenas. Caso Kankuama TV. *Saber, ciencia y libertad*, 6(1), 151-160. doi:<https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2011v6n1.1769>
- Muñoz, D. E. (2018). “Puutx We'wnxi Uma Kiwe” comunicación desde la Madre Tierra: Una mirada de la comunicación propia, desde la práctica comunitaria como un camino de vida. *Revista Ciencia e Interculturalidad*, 23(2), 116-132. doi:<https://doi.org/10.5377/rci.v23i2.6572>
- Muñoz, L. M. (2018). Desplazamientos y movilidad en el cine colombiano de las comunidades arhuaca y emberá. *Hispanic Studies Review*, 3(2), 120-135. https://hispanicstudiesreview.cofc.edu/issues/vol3_no2_2018/11-hsr-vol-3-no-2-2018-munoz.pdf
- Murillo, M. A. (2008). Weaving a communication quilt in Colombia: Civil conflict, indigenous resistance, and community radio in Northern Cauca. En P. Wilson, & M. Stewart, *Global indigenous media. Cultures, poetics and politics* (pp. 145-159). Duke University Press.
- Murillo, M. A. (2010). Indigenous community radio and the struggle for social justice in Colombia. En K. Howley, *Understanding community media* (pp. 240-249). SAGE Publications, Inc.
- Noreña, M. I. (2014). Comunicación ancestral y tecnicidades: apropiaciones y resistencias. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (24), 1-11. <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/9978>

- ONIC-MinCultura. (2009). *Diagnóstico integral de emisoras y/o radios indígenas*. ONIC.
- Orobitg Canal, G. (2020). *Medios indígenas. Teorías y experiencias de la comunicación indígena*. Iberoamericana-Vervuert.
- Paredes, I. (2015). El canasto audiovisual de la Amazonía colombiana. En P. Mora, *Poéticas de la resistencia. El video indígena en Colombia* (pp. 161-179). Cinemateca Distrital. Ideartes.
- Paz, P. C. (2015). Diagnóstico de la página web de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca. *Razón y Palabra*, (92), 1-24. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199543036072.pdf>
- Paz, P. C. (2017). *Dinámicas de comunicación, uso y apropiación de una página web: el caso de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca*. Universidad del Cauca.
- Peña Sarmiento, M. F. (2012). Voces y sonidos de la madre tierra: jujunula makaira, la radio que fortalece el tejido social en La Guajira colombiana. *Anagramas. Rumbos y sentidos de la comunicación*, 10(20), 197-212. doi:<https://doi.org/10.22395/angr.v10n20a13>
- Polanco, G., & Aguilera, C. (2011). *Luchas por la representación. Prácticas, procesos y sentidos audiovisuales colectivos en el sur-occidente colombiano*. Universidad del Valle.
- Puama Tobar, H. S. (2019). Comunicación Propia y el Rol de las Mujeres: una estrategia de pervivencia cultural del pueblo Sia en el resguardo indígena Playita San Francisco, municipio López de Micay, Costa Pacífico-Cauca-Colombia. *Revista Ciencia e Interculturalidad*, 25(2), 290-297. doi:doi.org/10.5377/rci.v25i2.8575
- Quinchoa Cajas, W. J. (2011). Apropiación y resistencia social de las TIC en el resguardo indígena de Puracé, Cauca, Colombia. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 6(18), 241-258. <http://www.revistacts.net/contenido/numero-18/walter-julian-quinchoa-cajas/>
- Rodríguez, C., & El Gazi, J. (2007). La poética de la radio. En E. O. Rincón, M. P. Saffon, A. Cadavid, A. H. Villegas, N. Ramírez, M. I. Martínez, . . . J. El Gazi, *Ya no es posible el silencio: textos*,

- experiencias y procesos de comunicación ciudadana* (pp. 239-262). Centro de Competencia en Comunicación para América Latina - Friedrich Ebert Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07329.pdf>
- Ruano, E. D. (2019). Protesta indígena y medios de comunicación: análisis de la Minga de resistencia social y comunitaria. *Revista de Estudos e Pesquisas sobre as Américas*, 13(1), 308-336. doi:10.21057/10.21057/repamv13n1.2019.28585
- Ruicay (2018). *Cultivo y crianza de sabidurías y conocimientos*. Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense (Uraccan).
- Ruiz Galindez, S., & Viluche, M. (2019). Proceso de comunicación propia desde los sitios sagrados en el resguardo indígena Alto del Rey, municipio de El Tambo, Cauca. *Revista Ciencia e Interculturalidad*, 25(2), 133-145. doi:10.5377/rci.v25i2.8552
- Salazar Torres, N. J. (2016). Comunicación indígena en Colombia. Entre el sentido de lo propio y lo apropiado. *Luciérnaga*, 8(15), 48-62. doi:10.33571/revistaluciernaga.v8n15a4
- Salazar Torres, N. J. (2017). La comunicación digital en la movilización y la resistencia indígena de Colombia. *Revista de Comunicación*, 16(2), 252-264. doi:<https://doi.org/10.26441/RC16.2-2017-A12>
- Salazar Torres, N. J. (2018). Manipulación mediática y tratamiento informativo de las movilizaciones sociales indígenas en Cauca y Huila. *Mediaciones*, 14(20), 3-47. doi:10.26620/uniminuto.mediaciones.14.20.2018.3-47
- Sierra, F., & Maldonado, C. (2015). *Comunicación, decolonialidad y Buen vivir*. CIESPAL.
- Tobar, C. A., & Rodríguez, A. (2019). Consumo de medios y tecnologías de información y comunicación en el ámbito de la valoración social de lo indígena en el resguardo Wasiruma (Vijes, Valle del Cauca, Colombia). *Revista Persona y Sociedad*, 33(2), 137-167. <https://personaysociedad.uahurtado.cl/index.php/ps/article/view/277>
- Ulcué Ulcué, A. (2018). Revitalización del proceso pedagógico del proyecto educativo comunitario, mediante la comunicación

- propia y las TIC. *Revista Ciencia e Interculturalidad*, 23(2), 164-173. doi:<https://doi.org/10.5377/rci.v23i2.6575>
- Unás, V. (2010). Nuevos repertorios tecnológicos y movimientos sociales: el caso de la Asociación Indígena del Norte del Cauca (ACIN). *Revista CS*, (6), 255-282. doi: <https://doi.org/10.18046/recs.i6.468>
- Uribe-Jongbloed, E. (2011). Estudios de medios de comunicación en idiomas minoritarios y la comunicación para el cambio social: diálogo entre Europa y América Latina. *Investigación y Desarrollo*, 19(1), 2-25. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26820752004>
- Uribe-Jongbloed, E., & Peña Sarmiento, M. F. (2008). Medios en idiomas autóctonos minoritarios en Colombia. El caso de la radio. *Palabra Clave*, 11(2), 355-366. <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1433>
- Uribe-Jongbloed, E., & Peña Sarmiento, M. F. (2014). Negociaciones de identidad en la radio indígena y étnica colombiana: tres casos de estudio. *Anagramas. Rumbos y sentidos de la comunicación*, 13(25), 167-188. doi:<https://doi.org/10.22395/anqr.v13n25a9>
- Villanueva, R. (2015). Audiencias indígenas. En P. Mora, F. Barbosa, K. Fuentes, D. Hernández, I. Paredes, G. Ulcué, D. Maestre, *Poéticas de resistencia. El video indígena en Colombia* (pp. 193-213). Cinemateca Distrital, IDEARTES.
- Villegas, A., Ramírez, N., Tunubalá, J., Martínez, M., & Andrade, M. (2007). Palabra, semilla de convivencia [Mingas de pensamiento, Comunidades indígenas del Cauca]. En O. Rincón, M. P. Saffon, A. Cadavid, A. H. Villegas, N. Ramírez, M. I. Martínez, J. El Gazi, *Ya no es posible el silencio: textos, experiencias y procesos de comunicación ciudadana* (pp. 134-141). Centro de Competencia en Comunicación para América Latina - Friedrich Ebert Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07329.pdf>

Este libro se terminó de editar y publicar
en el mes de marzo de 2024.
En su composición de utilizaron tipografías
Calisto MT 12 pts. y Tahoma 14 y 9 pts.

Este libro reúne diferentes textos que buscan resolver interrogantes relacionados con la comunicación étnica e indígena, los medios escolares, la comunicación organizacional, la comunicación de Gobierno y las prácticas comunicativas llevadas a cabo por colectivos de comunicación en Colombia. Los capítulos que componen el libro fueron escritos por miembros de la Asociación Colombiana de Investigación en Comunicación (ACICOM), y son producto de las investigaciones desarrolladas por los autores.

Investigar la comunicación: entre prácticas, organizaciones, territorios y medios, es un proyecto editorial que se enmarca en el interés de ACICOM en promocionar diálogos e intercambios de saberes; contribuir al desarrollo de la investigación en los campos de la comunicación, el periodismo y las ciencias sociales y, de manera especial, promover las investigaciones alrededor de problemáticas relacionadas con el derecho a la comunicación, la libertad de expresión y de pensamiento, el pluralismo político y la diversidad cultural en Colombia.

