

Artículo de Investigación

Mapeo estratégico para el tejido social: comunicación alternativa y medios comunitarios en cuatro regiones de Colombia

Strategic Mapping for the Social Fabric: Alternative Communication and Community Media in Four Regions of Colombia

John Jairo Molina Roncancio¹ Universidad Cooperativa de Colombia, Colombia.

john.molinar@campusucc.edu.co

Orlando Arturo Sochimilca Socha: Universidad Cooperativa de Colombia, Colombia.

orlando.sochimilca@campusucc.edu.co

Fecha de Recepción: 14/05/2024

Fecha de Aceptación: 30/09/2024

Fecha de Publicación: 05/11/2024

Cómo citar el artículo:

Molina Roncancio, J. y Sochimilca-Socha, O. (2024). Mapeo estratégico para el tejido social: comunicación alternativa y medios comunitarios en cuatro regiones de Colombia. [Strategic Mapping for the Social Fabric: Alternative Communication and Community Media in Four Regions of Colombia]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-17. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1579>

Resumen:

Introducción: los medios alternativos y comunitarios en Colombia, históricamente, se han convertido en escenarios donde las poblaciones más apartadas confluyen en torno a la construcción de cambio social, en contextos tradicionalmente permeados por fenómenos sociales como el conflicto armado y sus aristas. **Metodología:** mediante el uso de la netnografía, desde un enfoque mixto, se desarrolló una observación no participante en 13 departamentos: Córdoba, Sucre, Atlántico, Bolívar, Magdalena, Cesar, La Guajira, San Andrés, Antioquia, Caldas, Quindío, Risaralda y Norte de Santander. **Resultados:** globalmente, se logró la identificación de 537 medios alternativos y comunitarios, con una importante variedad de temáticas, producto de las realidades socioculturales que hacen presencia en el país; destacando, la vigencia que tiene la radio como medio de comunicación, con alta frecuencia de uso, a partir de los hallazgos de la investigación central desarrollada. **Discusión:** La

¹ John Jairo Molina Roncancio: Universidad Cooperativa de Colombia (Colombia).

comunicación alternativa y comunitaria no ha perdido vigencia, so pesar de las facilidades que ofrece la sociedad de la información y el conocimiento; por el contrario, ha mutado a nuevos escenarios donde su alcance tiene mayor cobertura. **Conclusiones:** Es de suma importancia alinear esfuerzos públicos y privados, en torno al fortalecimiento de los medios comunitarios y alternativos, como garantes de tejido social.

Palabras clave: Comunicación alternativa; Medios comunitarios; Tejido Social; Posconflicto; Cambio Social; Radios Comunitarias; Netnografía; Comunicación Social.

Abstract:

Introduction: Alternative and community media in Colombia have historically become scenarios where the most remote populations converge around the construction of social change, in contexts traditionally permeated by social phenomena such as the armed conflict and its edges. **Methodology:** With the netnography, from a mixed approach, a non-participant observation was developed in 13 departments: Córdoba, Sucre, Atlántico, Bolívar, Magdalena, Cesar, La Guajira, San Andrés, Antioquia, Caldas, Quindío, Risaralda and Norte de Santander. **Results:** Globally, 537 alternative and community media were identified, with an important variety of topics, because of the sociocultural realities that are present in the country; highlighting the validity of radio as a means of communication, with a high frequency of use, based on the findings of the central research developed. **Results:** Proin pharetra nonummy pede. Suspendisse dui purus, scelerisque at, pretium mattis. **Discussion:** Alternative and community communication has not lost its validity, despite the facilities offered by the information and knowledge society; on the contrary, it has mutated into new scenarios where its scope has greater coverage. **Conclusions:** It is of utmost importance to align public and private efforts around the strengthening of community and alternative media, as guarantors of the social fabric.

Keywords: Alternative communication; Community media; Social Fabric; Conflict; Social change; Community Radios; Netnography; Social Communication.

1. Introducción

El desarrollo de la comunicación alternativa y comunitaria en Colombia ha sido un proceso complejo y dinámico. Son el resultado y mezcla de las condiciones sociales, políticas y económicas, desde las cuales se ha confrontado las cuestiones de marginación y exclusión (Rivera, 2015), junto con las condiciones culturales de base, como respuesta a la necesidad de visibilizar expresiones narrativas y simbólicas que permiten el pluralismo a través del diálogo de saberes interculturales con las comunidades indígenas, afros, campesinas y mestizas que buscan respetar las formas tradicionales de organización y construcción de agendas para el cambio social.

La comunicación alternativa tiene dos partes fundamentales, a saber: el primero como concepto teórico y el segundo como práctica en la realidad concreta. En el caso latinoamericano, estos elementos conjuntan en la década de los años sesenta del siglo pasado, a través de organizaciones sociales que se apropian de un medio de comunicación para dar un sentido distinto a la comunicación proveniente del Estado y del sector privado (Olmedo, 2019, p. 410).

Como campo de acción y reflexión, la comunicación alternativa y comunitaria en Colombia se ha configurado como uno fundamental para comprender las dinámicas sociales, culturales y políticas del país. Una respuesta a los modelos de comunicación hegemónicos, que han buscado democratizar el acceso a la información, fortalecer las voces marginadas y promover

procesos de transformación social (Martín-Barbero, 2003; Rincón, 2015).

En tal sentido es importante destacar que la comunicación alternativa no está configurada como un concepto monolítico, dado que abarca una amplia diversidad de experiencias y prácticas que se caracterizan por su enfoque participativo, horizontal y comunitario, con la que se quieren fortalecer las voces marginadas y promover procesos de transformación social. Como forma de comunicación polivalente se ha convertido en una herramienta fundamental para la construcción de paz, la defensa de los derechos humanos y la promoción del desarrollo sostenible en Colombia.

La memoria de los procesos de comunicación comunitaria en Colombia se remonta a la experiencia de Radio Sutatenza (1947), cuando se buscó alfabetizar para la modernización de la nación, a través de una propuesta de comunicación vigente en la época, fundamentada en los discursos y modelos de desarrollo de organismos internacionales como la UNESCO, enmarcados en el paradigma funcionalista, que apoyados en el pensamiento religioso, provocaron un estancamiento en la concepción de la radio anclada exclusivamente en las funciones originales de educación y evangelización. Con el tiempo, en el marco de los movimientos sociales que dieron fin al Frente Nacional y la distribución bipartidista, surgen las experiencias de comunicación popular, impulsadas por estudiantes y profesionales de la comunicación, quienes incorporaron elementos como la planificación y la participación con enfoques antropológicos y culturalistas que recuperaron la idea de diversidad (Osses, 2015).

En este sentido, los medios alternativos en Colombia constituyen un sector diverso y dinámico que abarca desde radios y televisiones comunitarias, hasta prensa alternativa, medios digitales y otros formatos. Estos medios juegan un papel fundamental en la difusión de información y la construcción de ciudadanía, proporcionando una voz a comunidades que a menudo son marginadas por los medios tradicionales.

Los medios alternativos enfrentaron durante la década de 1990, los desafíos impuestos por la privatización, a nivel mediático, y el avance de las tecnologías digitales. No obstante, y con mayor sentido, continuaron trabajando por la formación de la ciudadanía y el impulso del cambio social.

El contexto sociopolítico que marcó el nacimiento de la nueva Constitución colombiana brindó un escenario propicio para que las voces alternativas y comunitarias obtuvieran un reconocimiento formal por parte del Estado. Este reconocimiento se plasmó en el Artículo 20, el cual consagra:

Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios de comunicación masiva. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura. (Constitución Política Colombiana, 1991)

En este sentido, la Ley 80 de 1993, en Colombia, buscó organizar el espectro radioeléctrico, fue uno de los primeros esfuerzos por reconocer la existencia de emisoras comunitarias, aunque no las nombraba directamente. Esta ley se constituyó en un punto de partida para el reconocimiento legal y formal de estos medios. El Decreto 1446 de 1995, jugó un papel crucial al establecer un marco regulatorio específico para las emisoras comunitarias. A través del cual fueron definidos los requisitos técnicos y operativos, así como las responsabilidades de los operadores, con lo que, finalmente, se permitió a las emisoras comunitarias obtener licencias, otorgándoles legitimidad y un marco legal claro para su funcionamiento. Pero sería la Ley 335

de 1995 la encargada de reconocer formalmente a los medios comunitarios como esenciales para la participación ciudadana y el desarrollo local.

En los últimos años, los cambios relacionados con la digitalización y la integración de las nuevas plataformas de comunicación, han posibilitado a las radios comunitarias expandir su alcance y diversificar sus contenidos al propiciar la entrada de múltiples voces, como espacio para la participación activa de las comunidades en el diálogo nacional; sin embargo, persisten los desafíos como la sostenibilidad económica, la capacitación de los operadores y los vacíos legales frente a las nuevas realidades tecnológicas y sociales, los que demandan una necesidad de actualizar continuamente el marco legal.

Los medios comunitarios han pasado por un periodo de legislación que, tras la búsqueda garantizada de la libertad de expresión, procura los límites económicos y organizacionales de las expresiones sociales, sin embargo:

El problema consiste en pasar, sin transiciones, de las lógicas de funcionamiento a las formas jurídicas de propiedad y reclamar una “propiedad Comunitaria” o “social” que en teoría es una reivindicación plausible, pero que, en la práctica, casi no existe; y que, en la política, se sitúa en las antípodas de lo que los actuales parlamentos latinoamericanos pueden reconocer (Roncagliolo, 2015, p.48).

Evidente, al analizar las experiencias de la participación como elemento clave de los medios comunitarios, sin embargo; tal como propusiera Arnstein (1969), sobre los ocho niveles de participación, desde la manipulación hasta el control ciudadano; se requiere de una ciudadanía informada, capaz de analizar para sugerir y proponer sobre los asuntos que reconoce como necesidad y prioridad en relación con su territorio, los otros y consigo mismo, un ejercicio de formación que aún está en ciernes en muchos rincones del país.

Es por ello que, pensar una cartografía de las emisoras comunitarias en diversas regiones busca, en primer lugar, permitir una visión clara de su distribución geográfica en contexto, al visualizar la diversidad cultural y lingüística de las comunidades que tienen acceso a estos medios; en segundo lugar, evaluar qué áreas tienen acceso a los medios comunitarios y cuáles están desatendidas para guiar políticas para ampliar la cobertura; en tal sentido tiene múltiples razones, tanto a nivel práctico como académico y social.

Por ello, el objetivo del presente estudio fue identificar los medios comunitarios y alternativos presentes en cuatro regiones de aprendizaje (objetos de estudio), como insumo para la generación de alianzas estratégicas en torno al papel de los medios en región y su trascendencia en la promoción de tejido social.

Este artículo presenta un análisis estadístico a partir de una muestra representativa de 537 medios comunitarios y alternativos en Colombia, abordando su distribución geográfica, tipo de medio, base social, enfoque poblacional y uso de redes sociales. Además, se incluyen recomendaciones en relación con la creación de redes de medios de comunicación alternativos en el país, basadas en sus hallazgos.

2. Metodología

Durante el último trimestre de 2023, se llevó a cabo el estudio para mapear las organizaciones de medios comunitarios y alternativos presentes en cuatro regiones de interés, conformadas por 13 departamentos de Colombia. Este estudio se realizó en el marco de la generación de estrategias para promover el tejido social y participativo, alineadas con el Plan de Desarrollo

del Gobierno Nacional.

El enfoque metodológico empleado fue mixto, se establecieron los datos cuantitativos de registro, tipos de medios y la información cualitativa para interpretar la información consignada en los medios, utilizando la netnografía como técnica principal de recolección de información. Este método permitió explorar cómo los medios de comunicación alternativos en Colombia se organizan, interactúan y operan en el entorno digital.

Como método de investigación cualitativa la netnografía aplica las técnicas etnográficas para estudiar “el comportamiento del consumidor en los entornos de las comunidades y culturas en uso en Internet.” (Turpo Gebera, 2008, p.3). Prince Torres, señala el cambio de paradigma que permite el estudio sin presencia física, al acceder a “los fenómenos que ocurren dentro de los entornos digitales y que involucran a los consumidores de los servicios virtuales” (2022, p. 4).

La adopción del método al proyecto responde a la posibilidad de acceder a los procesos de construcción del tejido social que estos medios desarrollan en, y con las comunidades entorno a las posibilidades de participación, al entrever el complejo mundo de las interacciones sociales en la era digital.

La red se ha convertido en una ventana reveladora de patrones de consumo y decisiones de compra: una riqueza antes impensada de información acerca del comportamiento del consumidor. Los investigadores de mercados encuentran, así, nuevas oportunidades para estudiar los gustos, deseos y otras necesidades de los consumidores que interactúan en la red (Esqueda, 2009, p.37).

2.1. Fases del proceso metodológico

2.1.1. Fase 1. Recolección de datos

La recolección de datos se realizó entre septiembre y octubre de 2023, a través de un mapeo de medios comunitarios y alternativos en las cuatro regiones del país: Caribe 1 (Atlántico, Bolívar, Córdoba, Sucre), Caribe 2 (Cesar, La Guajira, Magdalena, San Andrés), Eje Cafetero (Antioquia, Caldas, Quindío y Risaralda) y Nororiente (Norte de Santander), para un total de 13 departamentos. A partir de esto, se construyó el instrumento de recolección de datos, para garantizar un proceso homogéneo de caracterización de medios comunitarios y alternativos.

Tabla 1. Instrumento de recolección de información.

Identificación del medio											
Región.	Depto.	Ciudad/ Municipio	Vereda	Nombre del medio	¿Se encuentra registrado?	NIT/ Registro de la expresión colectiva/ Cédula Ciudadanía	Persona de contacto	Número de contacto	E- mail	Enlace	Dirección Física

Fuente: elaboración propia 2024.

La primera parte del instrumento permite una recolección detallada y sistemática de la ubicación geográfica y la organización básica de contacto. Esta premisa en aras de generar no solo una trazabilidad necesaria para el proceso investigativo, sino la puesta en marcha de escenarios reales para la constitución de una red de medios, que de manera mancomunada reúna a los referentes de cada región, entorno a realidades y necesidades de interés común.

Tabla 2. Tipo de medio

Tipo de Medio					
Radio	Televisión	Revista	Periódico	Portal Web	Otro ¿Cuál?

Fuente: elaboración propia 2024.

La segunda parte del instrumento establece el tipo de medio, permite identificar la apropiación tecnológica de los medios comunitarios que, en algunos casos, han implementado portales Web y Redes Sociales. De igual forma, tiene la intencionalidad de recoger información que pueda ser analizada, desde un contexto moderno donde la sociedad de la información y el conocimiento suponen una instauración de la tecnología; así pues, un contraste entre lo tradicional y lo moderno.

Tabla 3. Enfoque Poblacional y Diferencial de la Base Social

Enfoque Poblacional y Diferencial de la Base Social (Si Aplica)								
Jóvenes	Mujeres	PDET	Víctimas del conflicto Armado	Firmantes Acuerdo de paz (2016)	Indígenas	Campesinos	NARP	Comunidad General

Fuente: elaboración propia 2024.

La tercera parte del instrumento recopila información sobre la población en torno al medio, busca identificar quién informa, sobre quién se informa y quién es la audiencia. De esa manera, los resultados a analizar pueden develar no solo la participación de poblaciones vulnerables desde el rol de receptores de la información, sino desde escenarios donde actúan como emisores, aportando así a un constructo social que tiene como fundamento al tejido social, precepto, de cambio social desde la participación de las comunidades.

2.1.2. Fase 2. Interpretación investigativa

A partir de las variables registradas en el instrumento se estableció la distribución geográfica, con ello, el número de medios por región, identificando la ubicación física y todos los datos de contacto posibles, el tipo de medio, el uso o apropiación de las redes sociales, la base social y el enfoque poblacional; para efectos del presente artículo de investigación, se analizó un medio por departamento a partir de la información suministrada por cada uno, en sus portales web y redes sociales.

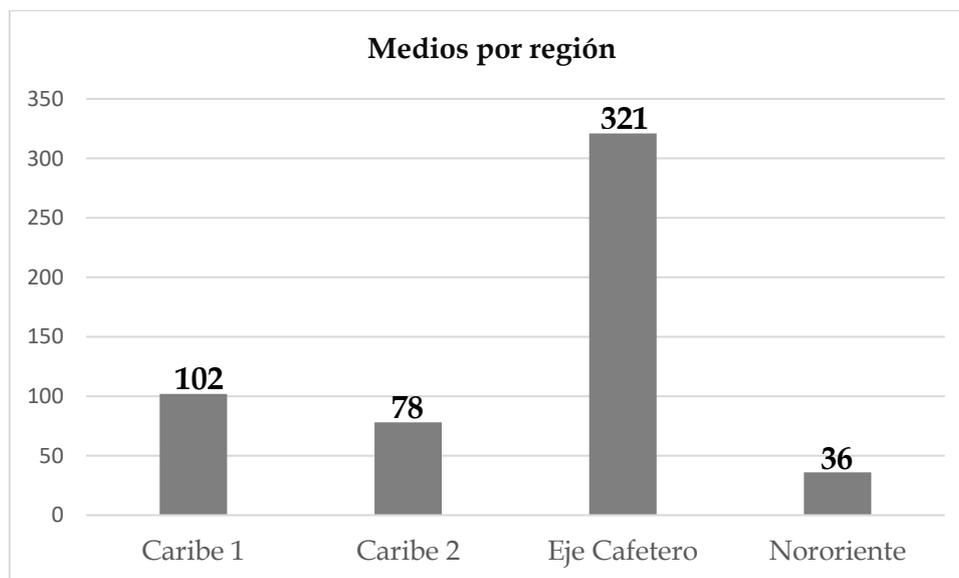
En virtud del método, la netnografía, para el análisis de los medios se seleccionaron de cada región los medios de comunicación que adelantan la difusión de sus contenidos mediante el espectro electromagnético o sistema de transmisión por cable (para las televisiones comunitarias), además de la presencia y actividad en redes sociales y otras plataformas digitales y que declararan con misión u objetivo el desarrollo social, alternativo y/o comunitario.

3. Resultados

De manera general, se logró la identificación de 537 medios alternativos comunitarios, de procedencia regional, con presencia en 13 departamentos colombianos, que para el caso del presente estudio se distribuyen en cuatro regiones de interés. Cabe aclarar, que cada uno de los resultados fue dispuesto en el formato de instrumento, previamente descrito en la

metodología.²

Figura 1. Cantidad de medios por región de interés

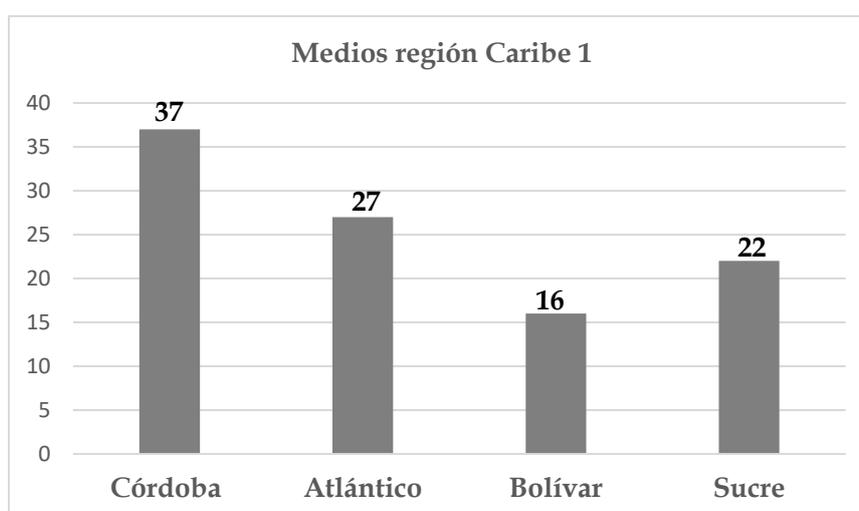


Fuente: elaboración propia (2024).

La primera gráfica, permite identificar el porcentaje de presencia de medios alternativos comunitarios, en cada zona de observación: Región Nororiente (7%), Caribe 2 (15%), Caribe 1 (18%) y Eje Cafetero el (60%). En consecuencia, la mayoría de los medios registrados pertenecen a la región del Eje Cafetero, siendo el Nororiente la región con menor presencia de medios comunitarios y alternativos. A continuación, se describe la información que se desprende del análisis de los contenidos propuestos por los medios seleccionados en las cuatro regiones de estudio.

3.1 Región Caribe 1: Córdoba, Sucre, Bolívar y Atlántico

Figura 2. Medios comunitarios Caribe 1

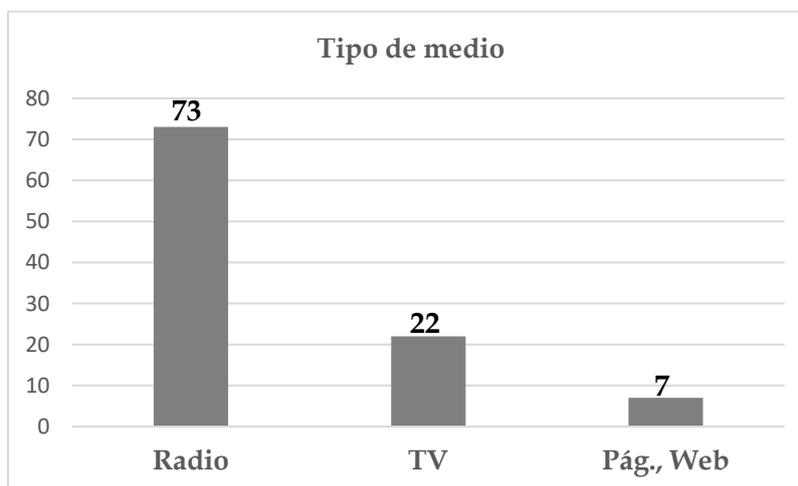


Fuente: elaboración propia (2024).

² El lector puede solicitar la totalidad de los datos a través del correo institucional de los coautores.

La figura anterior expone la cantidad de medios en la región Caribe 1, donde lidera el departamento de Córdoba con un 36%, seguido de Atlántico 26%, Sucre 22% y Bolívar 16%. A partir de esto, se procedió a un análisis para la identificación respectiva de la tipología de medios, en coherencia con la diversidad de condiciones que se presenta en cada zona, urbana y rural, de Colombia.

Figura 3. Tipología de medios Caribe 1



Fuente: elaboración propia (2024).

De lo anterior, es relevante destacar el alto porcentaje de los medios dedicados a la radio difusión, el 40%, incluyendo la presencia en portales web. A su vez, el 22% participa en televisión, mientras que el periódico y la revista no tienen ningún registro. A partir de esto, se presenta un corto análisis de contenidos, de algunos de los medios más destacados de la región Caribe 1.

En primera medida, Caribe Stereo 89.0 FM es una estación de radio comunitaria con sede Chinú, Córdoba. Su objetivo es ofrecer una programación amplia con variedad de géneros musicales, incluyendo música tradicional colombiana, pop latino y éxitos internacionales. Este medio ofrece actualizaciones de noticias locales, nacionales e internacionales. También cubre temas relacionados con la comunidad local, como eventos, anuncios e información de servicio público. Además, los espacios dedicados a contenidos culturales que resaltan las tradiciones, el folclore y el patrimonio cultural; con lo que fomentan el espíritu comunitario, apoyando causas sociales.

Otro ejemplo se expone mediante Playamar Estéreo, emisora comunitaria que transmite desde el municipio de San Onofre, en el departamento de Sucre, Colombia. Esta emisora se destaca por su enfoque en la comunidad, ofreciendo una programación que incluye principalmente, noticias locales, música, educación y contenido cultural. Su misión es promover el desarrollo social, cultural y económico de la región a través de la comunicación participativa.

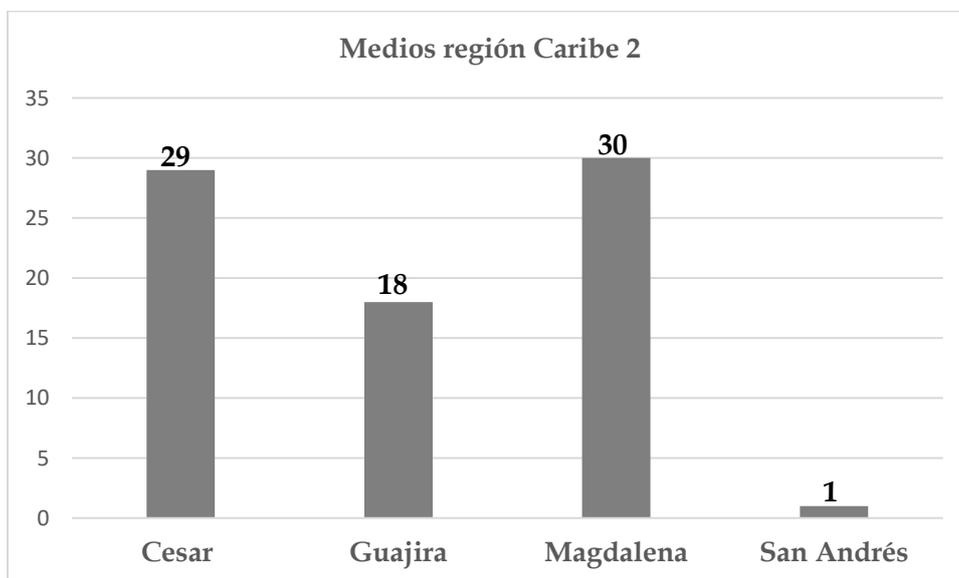
Por su parte, la Asociación de Servicios Rotarios de Mompox, Bolívar, ASOROTARIO es un medio de comunicación audiovisual, encaminado con lo cultural, involucra los procesos educativos y de información, contribuye con la participación ciudadana al fortalecer los lazos de vecindad y crear sentido de pertenencia con el municipio.

Finalmente, otra de las destacadas en la región de observación es, Mokane Estéreo 91.6 FM emisora indígena localizada en Malambo, departamento del Atlántico, Colombia. Su objetivo

principal es difundir y fortalecer los rasgos identitarios de la etnia Mokane, aprovechando las ventajas comunicacionales que proporciona la radio. La emisora actúa como un canal de comunicación e intercambio de desarrollo entre los cinco resguardos indígenas de la región, destacando los usos y costumbres de la comunidad como modo de expresión.

3.2 Región Caribe 2: Magdalena, Cesar, La Guajira y San Andrés

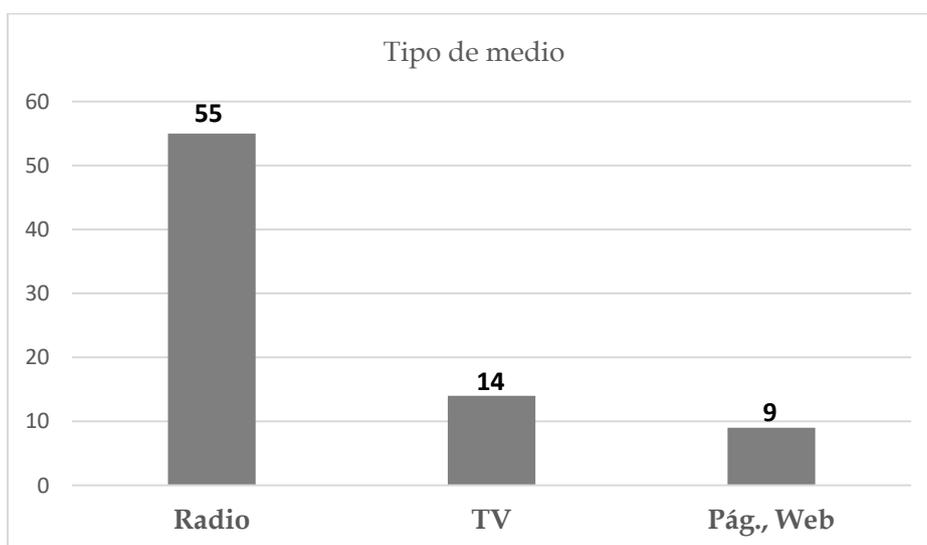
Figura 4. Medios comunitarios Caribe 2



Fuente: elaboración propia (2024).

La gráfica 4 representa la cantidad de medios, identificados, en la región Caribe 2. En dicho sentido, el Cesar representa el 37% del total de medios, Magdalena el 39%, La Guajira el 23%, y San Andrés el 1%. En síntesis, el Cesar y Magdalena tienen la mayoría de los medios en la región, mientras que San Andrés cuenta únicamente con un medio alternativo identificado. Con referencia a la tipología de medios se establece que, en esta región de interés, destacan la radio con una evidente mayoría, en comparación con formatos televisivos y tipo web.

Figura 5. Tipología de medios Caribe 2



Fuente: elaboración propia (2024).

Ahora bien, frente a la referenciación directa de algunos medios alternativos de Caribe 2, que se traen a colación para describir su naturaleza, se destacan los siguientes:

La Red de Comunicaciones Wayuu, una organización dedicada a la promoción y defensa de la cultura y los derechos del pueblo Wayuu, un grupo indígena que habita en la región de La Guajira, Colombia, y en partes de Venezuela. A través de la comunicación y los medios, esta red trabaja para fortalecer la identidad cultural mediante la formación en comunicación dirigida a jóvenes y adultos Wayuu, con quienes desarrolla campañas de sensibilización sobre los problemas y necesidades de este pueblo, por lo que formulan proyectos comunitarios para mejorar las condiciones de vida en las que se incluyen iniciativas de salud, educación y medio ambiente.

Por su parte, en el departamento del Cesar, transmite CNC Valledupar, un canal de televisión con más de diez años de trayectoria, su contenido está relacionado con la información y el entretenimiento, ofrece una programación propia de 24 horas diarias, se declara como un medio comunitario de interés público, centra sus informaciones en los hechos que ocurren en el departamento, la información se trasmite a través de Facebook Live; emisiones que son accesibles a través de las notas informativas distribuidas en el menú de esta red.

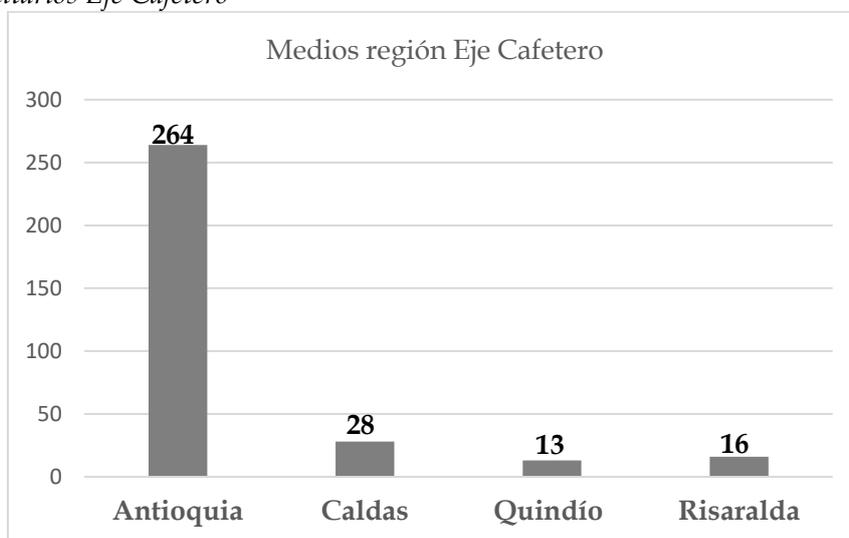
Otro ejemplo de comunicación alternativa en la región Caribe 2, es la Asociación de Radio Comunitaria de Sitio Nuevo, Magdalena - Colombia, donde se gestiona y promociona la radio comunitaria en el municipio. Su misión se centra en fomentar la participación comunitaria y ofrecer un medio de comunicación accesible que refleje las voces y necesidades de las comunidades locales. Además, la asociación organiza talleres y actividades formativas para capacitar a los miembros de la comunidad en el uso de la radio y las tecnologías de comunicación.

Finalmente, para esta segunda región de interés de estudio, el Canal Teleislas es una estación de televisión regional en el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. La parrilla incluye programas educativos diseñados para informar y educar a la población local sobre temas de la región, como ejercicio de comunicación es un puente entre las diferentes comunidades del archipiélago, los contenidos fomentan la cohesión social y el sentido de pertenencia.

3.3 Región Eje Cafetero: Antioquia, Caldas, Quindío y Risaralda

Figura 6.

Medios comunitarios Eje Cafetero

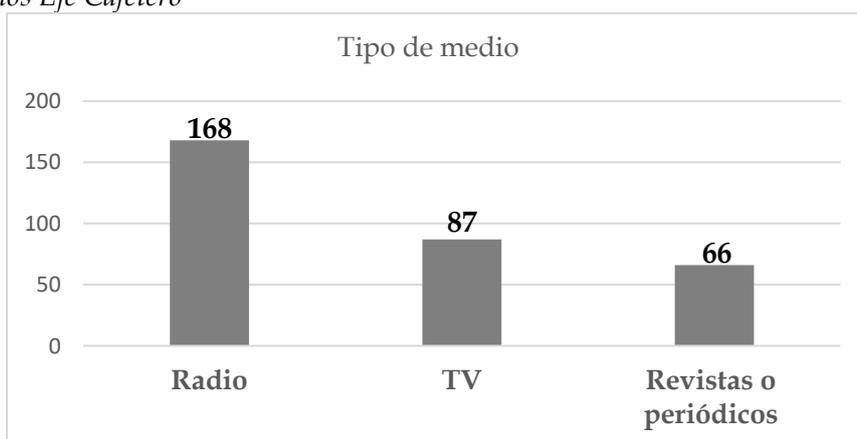


Fuente: elaboración propia (2024).

La figura anterior expone la cantidad de medios en la región del Eje cafetero. En este sentido, Antioquia representa el 82% del total de medios, Caldas el 9%, Risaralda el 5% y Quindío el 4%. En síntesis, Antioquia cuenta con la mayoría de los medios de la región, ahora bien, es necesario decir que este triplica el territorio de los tres departamentos de esta muestra. El departamento cuenta con la mayor tipología de medios, a saber, hay 129 canales de radio, 68 canales de televisión, 18 revistas, 31 periódicos, de los cuales, 168 de ellos han apropiado portales web.

Figura 7.

Tipología medios Eje Cafetero



Fuente: elaboración propia (2024).

Es de destacar que, de los 168 medios radiales, en la Región Eje Cafetero, un total de 125 disponen de acceso libre mediante página web; es decir, menos del 20% llega a sus públicos de interés, sin mediación de la internet. A continuación, un sucinto destacamento de estos medios de la tercera región de interés, para el estudio realizado.

En primera medida se presenta al medio radial Anorí Estéreo Cadena Radial, ubicado en el departamento de Antioquia, municipio de Anorí, de acuerdo con la programación y la misión declarada, se enfoca en la difusión de contenido cultural y educativo, promoviendo la identidad y las tradiciones locales, a través de los espacios informativos en los que permite la participación de los habitantes, donde pueden expresar sus opiniones y discutir sobre temas de interés colectivo. Asimismo, como canal de entretenimiento, prioriza la música tradicional y popular característica de esta región del país.

Por su parte, Dorada Stereo 89.1, con presencia en el municipio de la Dorada, Caldas, se destaca como un medio de comunicación local que fortalece el tejido social al proporcionar contenido relevante y entretenimiento a sus oyentes, además de servir como una plataforma para la información y la participación comunitaria través de campañas de servicio social, tal como se evidencia en el medio y en las redes, son evidentes los espacios de destinados a los colegios, universidades y líderes sociales, en la creación de contenidos.

En otro contexto geográfico, Quimbaya Estéreo 91.7 fue identificada como una emisora comunitaria ubicada en el municipio de Quimbaya, en el departamento de Quindío, Colombia. Se dedica a brindar un espacio para la comunicación y la participación, se centra en la inclusión y la representación de diferentes voces dentro de la comunidad. Esto incluye la promoción de valores culturales y sociales, así como la creación de espacios para el diálogo y la cooperación.

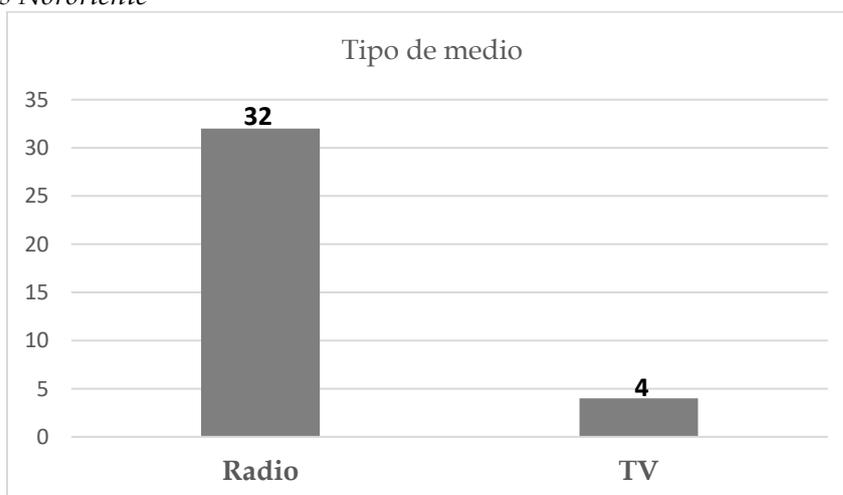
Finalmente, para la región Eje Cafetero, destaca el Canal de Televisión Comunitario que opera en el municipio de Apía, en el departamento de Risaralda, Colombia, emite su señal a través del sistema de televisión por cable; incluye noticias locales, programas educativos, y contenido cultural, con el objetivo de reflejar y fortalecer la identidad y la participación de la comunidad, mediante espacios para la promoción de artistas y actividades culturales locales.

3.4 Región Nororiente: Norte de Santander

Para el caso de la Región Nororiente, se hallaron 36 medios comunitarios y alternativos, distribuidos de la siguiente manera, desde sus factores de formato divulgativo:

Figura 8.

Tipología de medios Nororiente



Fuente: elaboración propia (2024).

Cabe anotar que el 50% de las emisoras en la región Nororiente, cuenta con señal dispuesta a través de portal WEB; de la misma manera, el 75% de los medios televisivos en esta región de estudio. En dicho sentido, se trae a colación un caso particular, en representación de los medios comunitarios y alternativos presentes en el departamento de Norte de Santander.

ARMONIA STEREO 105.2, es una emisora comunitaria con 24 años de trayectoria, organizada por la Asociación Municipal de Usuarios Campesino El Zulia, Norte de Santander, cuyo lema "La radio para todos", refleja su objetivo que es llegar a una amplia audiencia con contenido diverso, busca "formar en valores a hombres y mujeres, habitantes de esta región, generando, identidad, alternativas de solidaridad, democracia, integración, desarrollo, paz y convivencia." Tanto en la programación, como en la publicación en su portal web, esta organización social favorece los procesos comunitarios, acerca de los temas políticos y administrativos del municipio.

4. Discusión

Los medios de comunicación como herramienta y medio para la reconstrucción del tejido social contribuyen con las condiciones necesarias para alcanzar tal fin, al vincular las luchas de las comunidades, propician la cohesión social, porque las personas se sienten más seguras y tienen una mayor disposición a participar en la vida cívica al encontrar, en estos procesos, un mayor nivel de bienestar. "La construcción de paz supone una participación amplia, fortalecida por una sociedad civil que reconoce su valor, y cuyos lazos sociales se han recuperado lo suficiente como para superar las lógicas del conflicto" (Forero et al., 2015, p.198).

El rol de los medios comunitarios y alternativos en la construcción de tejido social en Colombia debe situarse en el contexto de los desafíos políticos, económicos y sociales que enfrenta el país. Estas relaciones pueden ser formales o informales, y se basan en diversos factores como la cercanía geográfica, los intereses comunes, los valores compartidos y las normas sociales; en contraposición con,

... el papel dominante de los medios de comunicación masiva y la industria cultural "global", los elementos socio-estructurales propios del subdesarrollo real y las políticas nacionales y locales, suelen constituir amenazas u oportunidades reales como parte de los procesos de mediación y subordinación; mientras que la comunicación alternativa, el fortalecimiento del diálogo comunal e intergeneracional, y la lucha por mantener y preservar los valores propios, se erigen como principales procesos de mediación y resistencia contra-hegemónica. (Valdiviezo, 2019, p. 85)

En Colombia, donde se ha vivido un conflicto armado interno de más de seis décadas que ha dejado profundas cicatrices en su tejido social, los medios comunitarios han emergido como plataformas críticas para la reconstrucción social en contextos de postconflicto, al brindar a las comunidades una voz para expresar sus preocupaciones y narrar sus historias, contribuyendo así a la reconciliación y la paz.

El análisis a través del mapeo en las cuatro regiones de aprendizaje revela que los medios alternativos y comunitarios en Colombia están diversificados tanto en su distribución geográfica como en su tipo y enfoque poblacional. La predominancia de la radiodifusión como medio principal, seguida de los portales web, destaca la importancia de estos formatos en la comunicación comunitaria. La mayoría de los medios se enfocan en la comunidad en general, aunque hay una notable presencia de enfoques hacia jóvenes, población indígena, campesinos, mujeres y población NARP (Negra, Afrocolombiana, Raizal y Palenquera) en menor medida.

La disparidad en la cantidad de medios entre las regiones, con el Eje Cafetero liderando, sugiere la necesidad de fortalecer su presencia en regiones como Nororiente y Caribe 2. La mayor participación de mujeres en la base social de los medios en Nororiente es un aspecto positivo que debe ser considerado en futuras estrategias de fortalecimiento y apoyo a los medios comunitarios.

Estas experiencias que contribuyen con el desarrollo social y alternativo de las regiones proponen una reflexión en torno al sostenimiento de estos medios, para que no caigan en la comercialización de sus contenidos que resten su independencia o modifiquen su misión original, en tal sentido, sigue siendo prioritario atender la reflexión de Gumucio en 2005, citado por Téllez Garzón (2022, párr. 15),

La sostenibilidad social está íntimamente relacionada con la participación de los actores sociales, con el respaldo de la audiencia desde el punto de vista de su cantidad, pero también con la calidad de su compromiso, y con la apropiación del proceso comunicacional. Sin ella, la experiencia se convierte en una isla en medio del universo humano en el que opera. La programación de radio no puede sino reflejar las necesidades de ese universo humano y apoyar el proyecto político comunitario (p. 8)

El mapeo de medios comunitarios y alternativos en Colombia presentado en este artículo ha revelado un panorama rico y diverso de iniciativas que están jugando un papel crucial en la construcción de paz, la transformación social y la defensa de los derechos humanos en el país; estos medios, a pesar de enfrentar diversos desafíos, han demostrado ser herramientas poderosas para la comunicación, la participación y la organización comunitaria, contribuyendo a la construcción de un tejido social más fuerte y resiliente.

5. Conclusiones

Los medios comunitarios y alternativos en Colombia han demostrado ser fundamentales para la cohesión y el desarrollo social de las comunidades rurales y vulnerables. Desde sus inicios, estos medios han jugado un papel crucial en dar voz a los sectores marginados y promover la participación ciudadana. La radio, en particular, ha sido un medio vital en estas regiones. Actualmente, este medio ha logrado romper la barrera tradicional de transmisión a través del espectro, apropiándose de los formatos audiovisuales y las tecnologías digitales, facilitando así una interconexión más efectiva con sus usuarios. A través de portales web y la producción de contenidos en redes sociales, las emisoras comunitarias han logrado que sus audiencias alcancen un nivel superior de participación comunitaria, proponiendo temas, escenarios, acciones y contenidos relevantes para sus contextos.

En el marco del posconflicto colombiano, estos medios han sido esenciales para la promoción de la reconciliación y la construcción de paz en comunidades afectadas por la violencia, desempeñando un rol significativo en la reconstrucción del tejido social. La base de datos producto del proceso de cartografía se constituye como una herramienta estratégica, que permite una revisión in situ que contrapone los contenidos de los productores, tanto de los medios como de las audiencias, ahora prosumidoras. Esta herramienta es esencial para garantizar y comprender la inclusión, participación y empoderamiento de las diversas comunidades que conforman el tejido social del país.

No obstante, estos medios enfrentan desafíos significativos, como la sostenibilidad financiera y la competencia con medios comerciales, pero también se presentan oportunidades importantes gracias a la adopción de nuevas tecnologías digitales. Tal como se evidencia en los medios descritos en el cuerpo de este artículo, los que han implementado exitosamente

programas de educación comunitaria a través de plataformas digitales, con los que se puede ilustrar el potencial transformador de estos medios.

En resumen, los medios comunitarios y alternativos en Colombia no solo contribuyen al desarrollo social y cultural de las comunidades, sino que, también, son pilares fundamentales para la construcción de una sociedad más inclusiva y participativa; de esa manera, es necesario fortalecer la creación de redes de medios alternativos, de usuarios y prosumidores, promoviendo la asociatividad solidaria en los territorios, crucial para asegurar una representación equitativa y diversificada en el panorama mediático colombiano.

En tal sentido, se deben implementar programas de capacitación en gestión de medios, uso de tecnologías digitales y producción de contenidos tanto, para los encargados de los medios como para las audiencias de los medios comunitarios y alternativos, con lo cual, será posible crear redes y asociaciones de usuarios que puedan fortalecer la colaboración y el intercambio de recursos y conocimientos.

A escala gubernamental, se requiere identificar estrategias de financiamiento y apoyo logístico para asegurar la sostenibilidad de los medios comunitarios, incluyendo la provisión de equipos y acceso a tecnología, con lo que se garantice no solo la productividad, sino la visibilidad y difusión de los contenidos.

6. Referencias

- Arnstein, S. R. (1969). Una escalera de participación ciudadana. *Revista del Instituto Americano de Planificadores*, 35 (4), 216-224. <https://doi.org/10.1080/01944366908977225>
- Colombia, Congreso de la República. (1993). Ley 80 de 1993 (Estatuto General de Contratación de la Administración Pública). Imprenta Nacional de Colombia. Bogotá, D.C., Colombia. <https://bit.ly/4dofLd8>
- Colombia, Congreso de la República. (1995). Ley 335 de 1995 (Ley de Seguridad Social). Imprenta Nacional de Colombia. Bogotá, D.C., Colombia. <https://bit.ly/4ft5e2i>
- Colombia, Presidencia de la República. (1995). Decreto 1446 de 1995 (por el cual se clasifica el servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan normas sobre el establecimiento, organización y funcionamiento de las cadenas radiales). Imprenta Nacional de Colombia. Bogotá, D.C., Colombia. <https://bit.ly/3Wq052e>
- Colombia, República de. (1991). Constitución Política de Colombia. Imprenta Nacional de Colombia. Bogotá, D.C., Colombia. <https://bit.ly/4du418Y>
- Esqueda, S. (2009). La nueva antropología en internet. *Debates Iesa*, 14(2), 36-40. <https://bit.ly/3AcYIN6>
- Forero, P., Hernandez Beltrán, N., y Ordóñez, J. (2015). Aportes a la construcción de paz desde la comunicación y el tejido social: caso de los parceleros de Santa Paula (Córdoba). *Ciudad Paz-ando*, 8(1), 194-216. <https://doi.org/10.14483/udistrital.jour.cpaz.2015.1.a11>
- Martín-Barbero, J. (2003). *Oficio de cartógrafo. Fondo de cultura económica.*

- Olmedo, R. (2019). Las radios comunitarias en México: un caso de comunicación alternativa. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, 1(140). <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i140.4034>
- Osses Rivera, S. L. (2015). Cincuenta años de radio comunitaria en Colombia. Análisis sociohistórico (1945-1995). Revista Científica General José María Córdova, 13(16), 263-283. <https://bit.ly/3SBosZD>
- Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2022). Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Colombia, potencia mundial de la vida. <https://bit.ly/4c6XtMp>
- Prince Torres, Ángel. (2022). Investigación netnográfica como alternativa para la promoción de los derechos humanos. SUMMA, 4(2), 1-10. <https://doi.org/10.47666/summa.4.2.6>
- Rincón, O. (2015). La creación de ciudadanías celebrities en las culturas bastardas. Televisión y construcción de lo público, 41-59. <https://bit.ly/4dseEsT>
- Roncagliolo, R. (1996). Libertad de expresión radiofónica. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, 0(56), 48 - 51. doi: <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i56.1082>
- Téllez Garzón, M. P. (2022). Sostenibilidad y medios comunitarios en Colombia: Una aproximación a su realidad en esta coyuntura de posconflicto. Signo Y Pensamiento, 40(79). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp40-79.smcc>
- Turpo Gebera, O. W. (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. Educar, (42), 081-93. <https://rieoei.org/RIE/article/view/2372/3376>
- Valdiviezo, K. L. (2019). Comuna Chanduy: Prácticas culturales, comunicación y participación para el cambio social. Revista de Ciencias Sociales (Ve), 25(1), 82-93. <https://www.redalyc.org/journal/280/28059678008/28059678008.pdf>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Financiación: el presente manuscrito corresponde a un proyecto de investigación, código interno INV3607, auspiciado por la Universidad Cooperativa de Colombia, en alianza con la Unidad Solidaria.

Agradecimientos: Los investigadores, coautores de este artículo, agradecen de manera especial al estudiante Juan Alejandro Clavijo Castiblanco, profesional en formación del pregrado en Comunicación Social de la Universidad Cooperativa de Colombia, Campus Bogotá, quien aportó en el proceso metodológico.

Conflicto de intereses: el presente producto de investigación no reporta ningún conflicto de intereses.

AUTOR/ES:**John Jairo Molina Roncancio**

Universidad Cooperativa de Colombia.

Comunicador social, con especialización en comunicación estratégica y máster en comunicación e identidad corporativa. Profesor Universitario con experiencia en pregrados de comunicación social. Profesor investigador, con publicaciones y participación en eventos científicos desde el 2021. Líder del semillero de investigación ComuNativos: [Inicio | Comunativos \(comunativos2.wixsite.com\)](#)
john.molinar@campusucc.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-6822-4726>

Orlando Arturo Sochimilca Socha

Universidad Cooperativa de Colombia.

Comunicador Social y Periodista, máster en Comunicación. Profesor universitario con 18 años de experiencia académica. Profesor investigador, con publicaciones y participación en eventos científicos desde el 2016. Líder del semillero de investigación Voces Alternativas.
orlando.sochimilca@campusucc.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4107-165x>