



Revista de Ciencias Sociales (Ve)
ISSN: 1315-9518
rcs_luz@yahoo.com
Universidad del Zulia
Venezuela

Morfología de medios comunitarios y alternativos en zonas vulneradas del conflicto en Colombia (Ariari)

Ladino Marín, Paola Consuelo

Morfología de medios comunitarios y alternativos en zonas vulneradas del conflicto en Colombia (Ariari)

Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXVIII, núm. 1, 2022

Universidad del Zulia, Venezuela

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28069961010>

Morfología de medios comunitarios y alternativos en zonas vulneradas del conflicto en Colombia (Ariari)

Morphology of community and alternative media in vulnerable areas of the conflict in Colombia (Ariari)

Paola Consuelo Ladino Marín
Universitaria Agustiniiana, Colombia
paola.ladino@uniagustiniana.edu.co

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28069961010>

Recepción: 28 Agosto 2021
Aprobación: 15 Noviembre 2021

RESUMEN:

La crisis social y económica en regiones violentadas por el conflicto armado en Colombia, ha puesto a los medios comunitarios y alternativos frente a retos que buscan generar espacios para la reconciliación, desarrollo, educación, y defensa de los derechos humanos. Bajo este escenario, esta investigación analiza las características y morfologías de estos medios en una región, que ha sufrido diversos hechos de violencia, como lo es el Ariari, en Colombia y que justamente en sus territorios se han desplegado iniciativas mediáticas con sentido filantrópico y social. La metodología de investigación es mixta, combinando el uso de entrevistas a profundidad y encuestas de caracterización para identificar objetivos, canales, temas, públicos, estrategias de financiación y aportes a una región que busca mecanismos para dinamizar su desarrollo local. Como resultados se reconoce que los medios construyen sus agendas con y desde la comunidad, con variedad de voces que enriquecen el debate ciudadano, bajo la figura de asociatividad y una polifonía textual participativa vinculante. Se concluye que, los medios comunitarios y alternativos regionales cumplen un papel preponderante ante el reto de transformar sociedades que han sido vulneradas, pero con un papel fundamental en cultivar una cultura de paz que lleva reconciliación y desarrollo social.

PALABRAS CLAVE: Medios comunitarios, participación comunitaria, prensa local, comunicación, desarrollo local.

ABSTRACT:

The social and economic crisis in regions affected by the armed conflict in Colombia has put community and alternative media in front of challenges that seek to generate spaces for reconciliation, development, education, and defense of human rights. Under this scenario, this research analyzes the characteristics and morphologies of these media in a region, which has suffered various acts of violence, such as the Ariari, in Colombia and that precisely in its territories media initiatives have been deployed with a philanthropic and social sense. The research methodology is mixed, combining the use of in-depth interviews and characterization surveys to identify objectives, channels, themes, audiences, financing strategies and contributions to a region that seeks mechanisms to boost its local development. As results, it is recognized that the media build their agendas with and from the community, with a variety of voices that enrich the citizen debate, under the figure of associativity and a binding participatory textual polyphony. It is concluded that regional community and alternative media play a preponderant role in the challenge of transforming societies that have been violated, but with a fundamental role in cultivating a culture of peace that leads to reconciliation and social development.

KEYWORDS: Community media, Community participation, local press, communication, local development.

INTRODUCCIÓN

Luego del acuerdo de paz entre el Estado colombiano y el ex grupo guerrillero Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia - Ejército del Pueblo (Farc-Ep), uno de los espacios sugeridos para la construcción de paz, fueron los medios comunitarios. Entendidos como “escenarios para la reflexión y concertación comunitaria, como la resolución de conflictos” (Vega, Tapias y Pérez, 2019, p.1.392); puesto que tal como lo señalan Villa y Berrocal (2019): “El siglo XX y la etapa inicial del siglo XXI en Colombia han transcurrido en un contexto de conflictividad política y social que ha causado profundas heridas en la sociedad colombiana” (p.254). No obstante, posterior al acuerdo se ha suscitado esperanza e incertidumbre en regiones que vivieron ese conflicto armado por muchos años (Burbano y Vargas, 2021).

Bajo este panorama, los medios de comunicación comunitaria y alternativa entraron a cumplir un papel preponderante, en la medida que buscaban suscitar una cultura de participación, convivencia pacífica, paz con

justicia social, así como reconciliación (Zúñiga y Grattan, 2017). En este sentido, los medios se convertirían en el camino para la democracia comunicacional en el post acuerdo.

Sin embargo, desde lo práctico ¿cómo ha sido esa morfología de los medios en un territorio vulnerado por el conflicto armado?, ¿qué perfilación tienen estos espacios mediáticos locales en zonas que han atravesado fuertes hechos de violencia? Evidentemente, son cuestionamientos que no evocan respuestas unívocas, aún más, cuando el proceso continúa y son muchos los retos y compromisos del acuerdo que sigue en desarrollo, pero que sobre lo pragmático varía de lo establecido en un pacto firmado.

Por ello, la pertinencia de un estudio, que permitiera identificar esas características morfológicas de medios que han estado antes, durante y después del Acuerdo de Paz en Colombia, en el caso en particular, en la zona del Ariari, región fuertemente golpeada por la violencia, debido a su riqueza agraria, ubicación geoestratégica y constante lucha entre grupos guerrilleros, autodefensas, agentes del Estado, grupos criminales y de narcotráfico, siendo directamente afectada la población civil, según el Centro Nacional de Memoria Histórica (CNMH, 2015).

Para Krohling, Chaparro y Torrico (2019), los medios comunitarios y alternativos emergen de relaciones que construyen territorio y tejido social. Se caracterizan por generar una comunicación directa y grupal con la comunidad. “Un diálogo que favorece la constitución del común, del espíritu comunitarista (...) de la coordinación de acciones” (p.39). Asimismo, Vega et al. (2019) sostienen que: “La premisa básica se centra en medios sin fines de lucro, participativos y hechos por y para una audiencia local, proporcionando una variedad de programas educativos y de entretenimiento, para facilitar el desarrollo comunitario” (p.1.393).

Por su parte, Ladino, Rodríguez y Quintero (2020) señalan que este tipo de medios reconocen al otro y se convierten en espacios que evocan el interés público. Según Corrales y Hernández (2009) “la comunicación alternativa se define como aquella no autoritaria que surge de la necesidad de comunicar la realidad de la vida social” (p.3). Además, Barranquero y Meda (2015) indican que “los medios comunitarios son capaces de aunar voluntades” (p.140).

Bajo estas concepciones, a los medios comunitarios y alternativos se les abre “la posibilidad de jugar un papel clave en la consolidación de un cambio social que propenda por la construcción de ciudadanía, el empoderamiento y la participación, así como la reconstitución de tejidos rotos por la presencia de actores armados” (Buitrago, Betancur y Zuluaga, 2016, p. 85).

Para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2011), los medios comunitarios son mediadores entre la realidad y la comunidad, puesto que amplían el acceso a nuevas oportunidades y generan un dialogo entre la comunidad y los entes encargados en la toma de decisiones. En ese sentido, Dávila y Molina (2019) plantean que:

La comunicación comunitaria propende a la integralidad y responsabilidad para expresar formas de vida en las que la razón instrumental no sea la guía dominante, sino un tipo de relación basada en una ética de fomento a interrelaciones que superen las lógicas de dominación. (p.10)

Este tipo de comunicación identifica prioridades desde grupos sociales, así como genera procesos de libre expresión y deliberación frente a asuntos importantes de su calidad de vida. Estas prácticas mejoran el empoderamiento en determinados temas, como entender, considerar y participar de asuntos públicos.

Y aquí vale la pena decir que la consecución de la paz y la terminación de un conflicto prolongado como el de Colombia, con un grupo guerrillero de más de medio siglo, es un asunto público que atañe a todos como individuos y como instituciones. De manera, que este estudio es un aporte social, cuando el país vive un proceso transitorio, vulnerable y tenso en términos de paz y conflicto, puesto que los medios alternativos permanecen en estas zonas, siendo actores/receptores de un contexto social, preocupándose por la comunidad, permaneciendo allí, como la mediación cercana, promoviendo la voz de todos, con contenidos de corte social, comunitario y cultural. Como lo señalan Quispe, Ayaviri y Maldonado (2018):

La participación local de los actores y agentes se establece en un capital social e intangible de las comunidades (...) constituye un modelo que permanece en el tiempo, y cuyas prácticas, son transferidas de forma muy sistemática en los distintos sectores u organizaciones comunitarias. (p.76)

En esta región de Ariari, la identidad es el común denominador de los medios alternativos que construyen una agenda-setting con la voz de sus pueblos. Para Valle (2020), “la agenda-setting es una teoría que plantea que los medios de comunicación difundan noticias y temas que influyen a las audiencias, en el sentido de la percepción de cuáles son los más importantes o destacados del momento” (p.233).

Estos medios comunitarios y alternativos, sin apegarse a una línea influenciadora de los medios masivos, buscan adquirir arraigo, así como respuesta en un contexto que exige que se escuchen y conozcan las diferentes miradas de la realidad sociopolítica, como también socio económica. Así, para “Colombia, en especial en zonas donde la violencia se ha transformado en un fenómeno de la vida diaria, se constituyó el Cooperativismo como una forma de generar acercamientos entre los diversos actores sociales” (Calle e Isaza, 2019, p.158).

Analizar las dinámicas de conflicto y paz en la región del Ariari en el departamento del Meta (Colombia), a partir de los medios de comunicación comunitarios y alternativos, se convierte en un referente para otras zonas que también han sido vulneradas por el conflicto armado y donde seguramente existen medios de esta naturaleza que les interese reconocer dinámicas de otros medios que también viven estos escenarios de conflicto.

1. METODOLOGÍA

El estudio se enmarcó en una investigación de tipo descriptiva, que de acuerdo con Esteban (2018) “tiene como objetivo principal recopilar datos e informaciones sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes e instituciones de los procesos sociales” (p.2). Gay (1996), señala que este tipo de investigaciones pretenden responder preguntas concernientes a la situación de los sujetos.

Por su parte, Sarduy (2007) precisa que busca especificar los perfiles y características más importantes de grupos, comunidades, personas o cualquier fenómeno que se someta a un análisis. De manera que, permite medir la información recolectada, para posteriormente describir, analizar e interpretar las particularidades del fenómeno objeto de estudio sobre la base de la realidad del escenario estudiado.

En ese sentido, la metodología investigativa tuvo un enfoque mixto, que de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014), implica las fases de recolección, análisis e integración de datos cuantitativos y cualitativos, que, en este caso, buscaban como objetivo general definir la morfología de los medios comunitarios en zonas vulneradas por el conflicto armado en Colombia.

Lo anterior, se realizó a partir de varias etapas que establecían: Identificar los objetivos, audiencias, canales y abordajes temáticos de los medios; reconocer las estrategias de financiación, talento humano, periodicidad, trayectoria; y analizar la perfilación del medio, teniendo en cuenta estudios de conceptualización fundamentada vinculada a medios comunitarios en Colombia, publicados en bases de datos como *Emerald*, *Proquest* y *Scielo*. Para Hernández et al. (2014), este enfoque se fundamenta en el pragmatismo y la fundamentación, así como hace uso de muestras con un propósito previamente establecido.

Con relación a la población objeto de estudio, la Fundación Para la Libertad de Prensa en Colombia (FLIP, 2015), señala a través del Mapeo de medios de comunicación (ver Figura I), que en el departamento del Meta existen 50 medios de esta naturaleza y en la región del Ariari, particularmente, se encuentran 13 medios, tal como se presenta en el Cuadro 1, en el cual se relacionan el número de habitantes, la cantidad de medios de comunicación comunitarios y/o alternativos, así como los canales con los que hacen presencia.

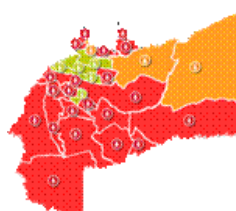


FIGURA I

Mapeo de medios de comunicación comunitarios y alternativos Meta Colombia

CUADRO 1

Medios de comunicación comunitarios y alternativos en el Ariari

Alto Ariari	Habitantes	Nº Medios de comunicación	Canal
Alto Ariari			
El castillo	6.127	1	Emisora
Cubarral	6.261	1	Emisora
El Dorado	3.457	0	No tiene
San Martín	25.902	0	No tiene
Lejanías	9.273	0	No tiene
Medio Ariari			
Fuente de Oro	14.139	1	Tv comercial
San Juan de Arama	8.692	1	Emisora
Granada	67.192	7	Radio, Prensa, TV
Bajo Ariari			
Puerto Concordia	21.131	0	No tiene
Mapiripán	18.985	0	No tiene
Puerto Rico	18.943	1	Emisora (FP)
Puerto Lleras	9.372	2	Emisora
Total, de Medios Región del Ariari:		13	

Elaboración propia, 2019 a partir del mapeo de la FLIP (2015).

Asimismo, se contempló una muestra no probabilista por conveniencia, técnica muy común en estudios de ciencias sociales, que de acuerdo con Otzen y Manterola (2017), “permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador” (p.230). en ese sentido, la muestra la constituyeron 8 medios de comunicación comunitaria y alternativos, ubicados en el Alto y Medio Ariari en los municipios de Granada, San Juan de Arama y Cubarral, como se aprecia en el siguiente Cuadro 2.

CUADRO 2

Muestra de medios de comunicación comunitarios y alternativos en el Ariari

Ariari	Habitantes	Nº Medios de comunicación	Canal
Alto Ariari			
Cubarral	6.261	1	Emisora
Medio Ariari			
San Juan de Arama	8.692	1	Emisora
Granada	67.192	6	Radio, Prensa TV
Total Medios Región del Ariari:		8	

Elaboración propia, 2019, a partir del mapeo de la FLIP (2015).

Los instrumentos que se utilizaron a nivel cuantitativo fueron: El cuestionario, con preguntas cerradas de opción múltiple y única respuesta, así como preguntas abiertas asociadas directamente a las categorías de

análisis anteriormente mencionadas. Desde el enfoque cualitativo, y como apoyo al análisis del estudio, se aplicaron en el 2019, entrevistas a profundidad al igual que grupos focales, a los directores y comunicadores de los medios objeto de estudio, estas fueron diligenciadas directamente en las sedes de los medios comunitarios y alternativos en las emisoras; Brisas del Tonoa (107.8 Mhz FM), Camaxagua Stereo, Ondas Don Bosco, Me suena FM; el periódico Reporteros de los Hechos; la Revista Oro Oro, y el canal de TV Orinoquia; ubicados en la región del Ariari en los municipios de El Castillo, San Juan de Arma, Fuente de Oro, y Granada.

Previo a las grabaciones de las entrevistas y grupos focales, se firmaron los consentimientos informados a los participantes del estudio y se aclaró el objetivo de la investigación y la confidencialidad de los datos allí suministrados, declarando que solo se tenía como uso exclusivo para una investigación de tipo académica que buscaba la caracterización y perfilación de estos medios.

La transcripción y sistematización de estos datos se registraron en tablas de *Excel* y *Word*, compartidas por un *drive*, donde junto con el equipo de semilleros de investigación en Comunicación Social, integrado por estudiantes del programa, registraban los datos recolectados por medio de los instrumentos aplicados en la práctica de campo.

Para el análisis de la información cualitativa, se organizaron los textos por categorías de análisis, como: Objetivos y temas; y se pasó por la herramienta *online Tagxedo*, que generó nube de palabras, una representación gráfica muy común para identificar las palabras más frecuentes en un texto.

En el análisis cuantitativo, se diseñaron las gráficas a partir de los formularios de *Google* que lanzó una vez registrados los datos de las encuestas y que tenía organizadas las preguntas por categorías de análisis como: Tipo de medio, audiencias, tema, financiación, talento humano, periodicidad y tiempo de funcionamiento.

2. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los medios de comunicación comunitaria se han convertido en aliados estratégicos para la resolución de conflictos y la reconciliación en Colombia (Pereira y Cadavid, 2011). La participación ciudadana en este tipo de canales constituye la construcción de una cultura más democrática, con principios de colaboratividad, dignidad y pertenencia (Vega et al., 2019).

De acuerdo con el registro que aportó la caracterización morfológica de los medios comunitarios y alternativos del Ariari, a continuación, se presenta el análisis y resultados de acuerdo con las categorías previamente establecidas que permitió realizar una caracterización de los medios en la zona de estudio.

Con relación a los objetivos, los directores de los medios de comunicación comunitaria y alternativos del Ariari, afirmaron en los grupos focales que participaron, que estos se orientaban a fortalecer la inclusión y participación ciudadana de la región, al visibilizar las preocupaciones de las comunidades, así como al dar a conocer el trabajo social que se realiza con el cual se intenta, mediante acciones propositivas, promover el desarrollo de la comunidad en la región.

Y aunque de cierta forma, puede verse una alternativa asistencialista, la comunidad identifica a través de esos gestos, un medio en el cual confiar y al cual acudir para suplir, en algunos casos, necesidades básicas o de acompañamiento. A continuación, se presenta en la Figura II, una nube de palabras que se generó a partir de las transcripciones de las respuestas asociadas a los objetivos y que, por medio de la herramienta *online Tagxedo*, se creó con las palabras más frecuentes que respondían en los medios.



FIGURA II:
Nube de palabras objetivos de los medios comunitarios y alternativos del Ariari
Elaboración propia, 2019.

Es evidente que en este ejercicio se acentúa la región, como eje central, rodeándose de términos que emiten acciones orientadas a la enseñanza, información a la comunidad, participación ciudadana, preocupación por las comunidades, inclusión social, identificación con la región del Ariari, y desarrollo regional. Lo anterior evidencia lo que describe el Acuerdo 292 de 2007 (Alcaldía de Bogotá, 2010), que estipula los lineamientos de política pública en materia de comunicación comunitaria en el artículo 3, que establece estrategias y líneas de acción donde señala:

Las comunidades asumen una voz propia y se organizan para integrarse y visibilizarse por intereses comunes (género, edad, etnia, credo, condición social o económica, orientación sexual, (...) entre otros), para desarrollar y gestionar procesos comunicativos (medios de comunicación, formación, investigación, organización, entre otros), que reivindiquen a la población y sus derechos humanos. (p.2)

De igual forma, se reconoció el apoyo a grupos sociales diversos; programas de identidad cultural, inclusión; espacios dedicados a víctimas de la violencia donde abrían escenarios de diálogo para el desahogo y acompañamiento de quienes también se solidarizaban con su dolor; brigadas de apoyo con asistencias comunitarias a población vulnerable; difusión de programas estatales que beneficiaban a la población; campañas de salud que enlazaban brigadas de vacunación y prevención; sensibilización por el cuidado al medio ambiente; proyectos especializados en música y folclor tradicional de la zona; emisiones y/o publicaciones informativas que se concentraban en los sucesos de la zona; teniendo en cuenta que los medios de comunicación masiva nacional no los cubrían.

De este modo, “el objetivo de medios comunitarios trasciende el sentido instrumental y tecnológico del término. Implica recuperar el protagonismo de la comunidad en el proceso comunicativo que incluye la elaboración comunitaria de los contenidos y convertirse en gestores del propio medio” (Sala, 2017, p.108).

Como se puede observar en el Gráfico I, referente a las audiencias o público objetivo, el segmento de los medios es amplio, de acuerdo con la respuesta de los directores de los medios de comunicación comunitarios y alternativos, quienes conocen toda la programación. Incluye público en general con un 95% de canales que integran: Poblaciones vulneradas, LGTBIQ, campesinos, grupos afrocolombianos, comerciantes, entes estatales, organizaciones sociales, estudiantes, artistas, y deportistas, puesto que las programaciones abren espacios de interés para múltiples colectividades.



GRÁFICO I:
Público objetivo y segmento de los medios
Elaboración propia, 2019.

Tan solo un 5% se concentra solo en adultos, esta última cifra se da por la revista impresa regional que trabaja temas sociales, políticos y económicos. Su línea editorial es crítica y de profundidad, los artículos analizan problemas a nivel productivo, económico, de violencia, corrupción, inseguridad y vulneración a los Derechos Humanos. Aunque también asocia contenidos históricos del Ariari y el Meta en general, como su diversidad territorial y cultural, tiene secciones de opinión, participación, sociopolítico, y reportajes fotográficos, que promocionan la diversidad territorial.

En el Gráfico II, se observan que los tipos de canal de los medios comunitarios y alternativos que comúnmente se despliegan en la región del Ariari son: La radio, con una participación del 37%, dado que las características de ese canal permiten que la información llegue a zonas alejadas, municipios y veredas donde la comunidad no tiene otras formas de informarse.



GRÁFICO II.
Tipos de medios comunitarios y alternativos.
Elaboración propia, 2019.

Con relación a los demás tipos de canales, el digital (27%), ocupa el segundo lugar, en este caso, se identifica el uso de plataformas 2.0, redes sociales y espacios donde convergen diversos lenguajes que contemplan los videos como recurso de apoyo de mayor aceptación, seguido de fotos, textos y podcast que permiten llevar narrativas asociadas a informativos, eventos, programas culturales, musicales, sociales y de participación. En este sentido, Krohling et al. (2019) afirman que:

El uso cada vez más común de las redes sociales digitales y los nuevos hábitos de consumo de medios y producciones audiovisuales no lineales, constituyen retos que obligan a revisar las formas de establecer la comunicación con y entre la ciudadanía para mantener activa la participación y la incidencia social. (p.35)

Respectivamente, en un tercer lugar, con el 18% (ver Gráfico II), aparecen la televisión y la prensa. Con relación a la televisión, es reducido el porcentaje, dada la inversión de equipos, infraestructura y tecnología que demanda este tipo de formato. Y en términos de prensa, la impresión es un tema de inversión en el tiraje y la distribución, dado que los directores de estos medios aclaraban que debían tercerizar estos servicios en la capital del Meta, puesto que directamente en sus regiones, no se generaban este tipo de trabajos, lo que aumentaba el costo de manutención.

En las redes sociales, como se evidencia en el Gráfico III, está Facebook (42%), donde replican contenidos, puesto que esta plataforma les permite hacer uso de otros recursos como la transmisión en vivo, llevar un sondeo de su audiencia, medir el impacto y las reacciones de sus publicaciones, así como mantener una participación directa con sus segmentos.

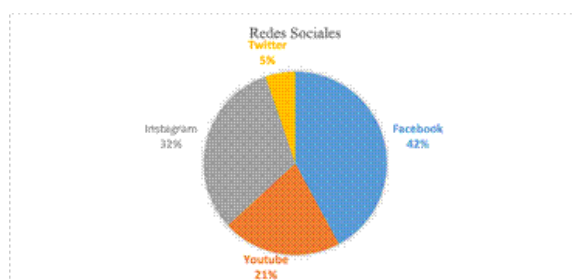


GRÁFICO III:
Redes sociales utilizadas
Elaboración propia, 2019.

Según Ladino et al. (2019): “Facebook tiene gran importancia en el manejo de la información por cuanto: concentra diversas audiencias, hace presencia en y desde múltiples instituciones con el objetivo de informar, comentar, persuadir o recordar acerca de contenidos” (p.243).

La segunda red es Instagram (32%), asocia contenidos fotográficos de los medios que invitan al seguimiento de programas, experiencias con la comunidad, preguntas del tema del día, reflexiones en torno a lo social, eventos, ferias tradicionales y eventos en general. Con un 21% se incluye YouTube, esta red es usada por los medios audiovisuales, en torno a la región, para cargar el histórico de sus programas y producciones. Por último, está Twitter, con un 5%, los directores entrevistados luego de la aplicación de la encuesta de caracterización señalaban que sus audiencias no siguen esta red.

Las líneas temáticas que todos los canales prefieren a la hora de producir su programación son variadas como se observa en el Gráfico IV, esta pregunta se realizó en una encuesta con múltiple respuesta, donde cada director, que conocía toda la parrilla de programación seleccionaba, entre uno o varios temas. Con relación al tema cultural los (8 medios) la manejan, teniendo en cuenta que sus segmentos objetivos, les gusta el entrenamiento y su arraigo llanero. Le siguen los espacios de participación ciudadana y lo social (7 medios), según los directores que participaron de los grupos focales, muestran la preocupación por temas que inquietan a la comunidad, se ocupa de las necesidades, de los avances y realidades de la región.



GRÁFICO IV:
Líneas temáticas de los medios
Elaboración propia, 2019.

En un tercer renglón temático, según el Gráfico IV, le siguen la música, los espacios informativos, medio ambiente y salud (6 medios), áreas que son de interés general y están vinculadas a la cultura. Luego aparecen los contenidos asociados a los derechos humanos, política y deportes (4 medios).

Se aclara que, en el caso de los medios comunitarios, desde una política estatal, está prohibido que el medio se vincule directamente a un espacio político, no se debe ceñir a ideologías, religiones o credos, debe ser abierta, por eso, en algunos espacios, evitan manejar ese tema, dado que se puede confundir en intereses de otra naturaleza. La religión, la registra (1 medio), en este caso es uno alternativo, liderado por una comunidad religiosa que si asocia programas de ese corte dada su institucionalidad.

En el punto de financiación, se identifica en la Figura III, que la pauta publicitaria ocupa el primer lugar, este lo utilizan el 100% de los medios. Lo siguen los proyectos, eventos y gestiones con entidades privadas, al igual que participaciones en ferias de la región, fiestas, foros u otros proyectos, que les permiten generar ingresos extra que cubra gastos del medio. Otras acciones mediadas son campañas de salud, medio ambiente y/o sociales. Otras formas de percibir ingresos minoritarios se asocian con canjes (1) de servicios en contraprestación a su gestión o donaciones (1) de organizaciones. (6) medios deben autofinanciarse sacando, en algunas ocasiones, de sus propios recursos para sostenerse.



FIGURA III:
Mecanismos de financiación de los medios
Elaboración propia, 2011).

De acuerdo con los directores de los medios de comunicación comunitarios y alternativos de la región del Ariari que participaron en el estudio, con relación al talento humano, como se observa en el Gráfico V, tienen vinculados de 1 a 5 personas (50%), esto se debe a la falta de financiación, pero también a la dinámica de los medios digitales, donde a través de las mismas tecnologías, se edita, publica, redacta, difunde y promociona, en este caso pocas personas pueden administrar estas funciones de forma ágil y efectiva.

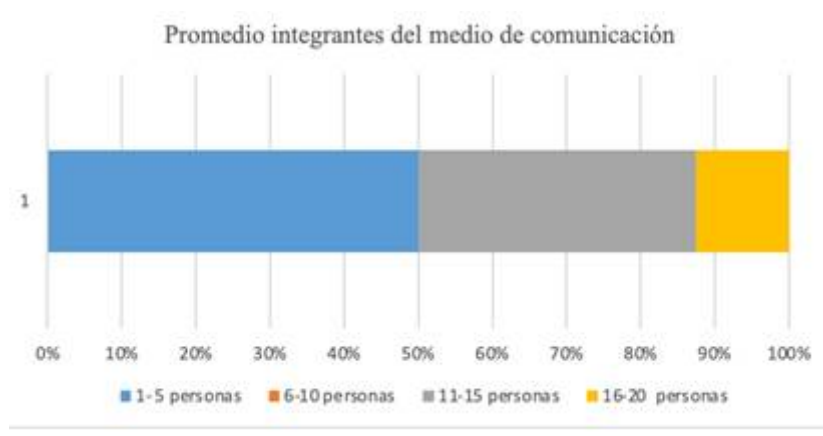


GRÁFICO V:
Número de integrantes promedio de canales
Elaboración propia, 2019.

De otra parte, como se observa en el Gráfico VI, los medios tienen un 98% de periodicidad diaria, dados los formatos que así lo exigen. En algunas emisoras la continuidad es de 16 horas, aunque en otros casos 24 horas, los 7 días a la semana. Varios medios se encuentran trabajando con Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) para auto programar su parrilla y tener programación permanente. Un (2%) tiene periodicidad mensual, esto obedece a las revistas.

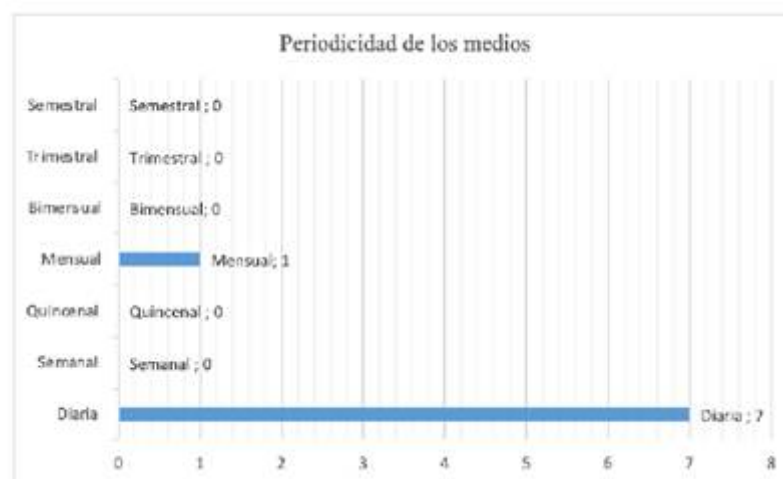


GRÁFICO VI:
Periodicidad de los medios
Elaboración propia, 2019.

El tiempo o la trayectoria que en promedio llevan los medios comunitarios y alternativos y que señalaron los directores de los medios como se muestra en el Gráfico VII, es de 6 a 10 años (50%), este periodo se debe también a un proceso estatal donde a partir de la Resolución 00415 del 13 de abril de 2010, se expide el reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora para otorgar concesiones de prestación del servicio de radiodifusión (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – [MinTIC], 2010).

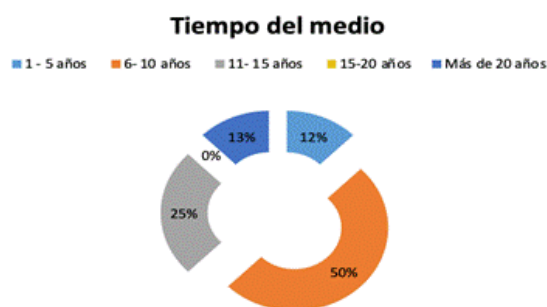


GRÁFICO VII:
Tiempo de los medios.
Elaboración propia, 2019.

Como se observa en el Gráfico VII, el 25% de medios que tienen trayectoria entre 11 a 15 años, han permanecido a pesar del conflicto, las debilidades financieras y los cambios sociales. El 6,5%, llevan entre 1 a 5 años, han surgido desde lo digital y desarrollan alternativas, desde lo mediático, para conquistar las audiencias jóvenes. Solo un medio lleva más de 20 años. En este último caso, es la radio dirigida por una comunidad religiosa que subsidia su administración. Las demás iniciaron con apoyo de organizaciones internacionales como USAID o por proyectos de Estado.

CONCLUSIONES

La caracterización morfológica de los medios comunitarios y alternativos en la región del Ariari permitió concluir la relevancia de estos medios de comunicación como agentes de desarrollo regional y local que involucran procesos incluyentes, participativos y de gestión que se traducen en acciones promotoras del desarrollo.

Esto se reconoció en el trabajo integrador de los medios, que aportan a procesos de sensibilización y desarrollo en temas de tipo social, educativo, cultural, turístico, medio ambiental, de Derechos Humanos y paz a comunidades diversas, entre las que se distinguen audiencias como: Campesinos, organizaciones sociales, estatales, comerciantes, grupos étnicos, población LGTBIQ, vulnerable, discapacitados, tercera edad, infancia y en general. Un trabajo vinculante que aporta procesos de sensibilización y desarrollo en temas que le apuntan al desarrollo local.

Los integrantes de los medios comunitarios y alternativos que participaron de los grupos focales señalaron que hacen parte de la construcción de un tejido social que se está transformando, y saben que la información que promueven es clave en ese proceso, no solo porque contextualizan, sino que ayudan en la memoria regional, saben que los medios son la extensión del pensamiento social y que este incide en el trabajo comunitario, por ello su permanencia zonal.

Así mismo, los directores y partícipes de los medios, destacan que son fuente de transformación, que el discurso que llevan de su realidad incide en el pensamiento del colectivo, por eso hablar de paz, conflicto y realidades zonales desde y para la gente, genera un sello distintivo que hace eco en los medios para dar voz a su región. Pues consideran que es una alternativa incluyente para que todos promuevan su pensar.

Están siempre atentos a ayudar, no desconocen esa labor, por ello su cercanía con la región, promoviendo mensajes propositivos y de cambio, así como de contextualización, rescatando la importancia del campesino y de la comunidad en general, es una labor que más allá de informar, trasciende en el accionar social.

Se destaca la participación colectiva en los medios comunitarios y alternativos de los mismos habitantes de la región, bien sean líderes sociales, amas de casa, víctimas del conflicto, maestros, estudiantes, comerciantes, campesinos, religiosos y comunicadores sociales de formación.

Vale la pena destacar, que los medios se han resignificado y han gestionado sus contenidos a lo digital, teniendo como referentes otros canales y dinámicas de los segmentos que los escuchan, leen o ven, lo que implica que su producción se ajusta a las exigencias del sector. Esto también muestra, que sus agendas editoriales se acomodan a los requerimientos de la audiencia, y aunque no miden este aspecto, el hecho que la comunidad participe, genera un vínculo directo para que los programas se ajusten, actualicen y cambien.

Básicamente este estudio aporta una mirada frente al papel vital de los medios comunitarios en regiones vulneradas por el conflicto, y se puede convertir en un referente para aquellos medios que buscan aportar a esa construcción de paz. De manera que, se podría sumar a la integración de líneas de investigación asociadas a la comunicación para la paz y el desarrollo local como a las de medios comunitarios y alternativos.

Parte de esta investigación tuvo algunas limitaciones en términos de lograr llegar a todos los medios comunitarios, bien por temas de seguridad en la zona, puesto que por más que se firmó el acuerdo, sobre el territorio existen algunas tensiones, valdría la pena extender este tipo de investigaciones a más zona que pudieran brindar a la investigación una radiografía más cercana a lo que muchos medios de comunicación hacen en regiones de esta naturaleza.

Al concluir el estudio, se identifica que los medios aportan al desarrollo regional, y puntualmente lo hacen a través de campañas y programas de concientización en temas medio ambientales, igualdad, derechos humanos, cuidado al cuerpo, paz, perdón y reconciliación, estos abordajes temáticos se distinguen en los temas centrales de los programas, artículos, contenidos, fotografías y producción audiovisual que ellos reconocieron en los grupos focales cuando se les preguntaba por las líneas temáticas de sus programas.

Así mismo, en el punto que se reconocía la financiación de los medios, se distinguía la gestión con otras entidades nacionales, locales e internacionales que no solo apalancaban el medio, si no que vinculaban apoyos a la comunidad, en algunos casos, las organizaciones se acercan a los medios para ofertar programas, puesto que ven en ellos un aliado para aproximarse a la población, ofreciendo becas, oportunidades laborales, educativas o culturales.

Otro punto que vale la pena destacar, son las audiencias locales, aunque son diversas e incluyen comunidades campesinas, indígenas, afrocolombianas, comerciantes, adultas e infantiles de todos los municipios del Ariari y zonas de otros departamentos como el Guaviare, Casanare e incluso Boyacá, las audiencias juveniles tienen una cuota importante en su programación, saben que la región tiene un gran número y la ven también como grupo focal innovador que puede participar en sus contenidos e influenciar. Incluso, muchos de los integrantes que producen, cubren y socializan contenidos en los medios, son jóvenes apasionados por la creación de productos comunitarios a nivel comunicativo y manejo de tecnologías de la información.

Es interesante reconocer a partir de toda la estructuración de los medios y su morfología en términos de audiencias, canales, temas, financiación, talento humano y trayectoria, cómo cada eje le apunta al desarrollo regional, al buscar salidas desde lo social, económico, educativo y cultural para promover una cultura de paz que integre a todos los habitantes, sin excluir por raza, color, religión o ideología política y que no solo se traduce en la no violencia, sino en la tranquilidad y bienestar social que estos aspectos le pueden dar a la paz interior de cada habitante de la región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaldía Mayor de Bogotá (2007). *Acuerdo 292 de 2007. Por el cual se establecen los lineamientos de política pública, en materia de comunicación comunitaria en Bogotá*. <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=27593>
- Barranquero, A., y Meda, M. (2015). Los medios comunitarios y alternativos en el ciclo de protestas ciudadanas desde el 15M. *Athena Digital*, 15(1), 139-170. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/athenea.1385>

- Buitrago, H. A., Betancur, C., y Zuluaga, E. (2016). Medios de comunicación para el cambio social y comunicación para el fortalecimiento del tejido social. *Comunicación*, (34), 85-97. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/1665>
- Burbano, E. L., y Vargas, J. (2021). Desarrollo local en el municipio de Corinto en Cauca-Colombia en el marco del posconflicto. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(2), 98-114. <https://doi.org/10.31876/rsc.v27i2.35901>
- Calle, J. S., e Isaza, G. M. (2019). Cooperativismo como compromiso para la construcción de la paz en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(E-1), 156-169. <https://doi.org/10.31876/rsc.v25i1.29606>
- Centro Nacional de Memoria Histórica - CNMH (2015). Iniciativas de memoria Ariari. <https://centrodememoriahistorica.gov.co/?s=Iniciativas+de+memoria+Ariari>
- Corrales, F., y Hernández, H. G. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: Un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y Palabra*, (70).
- Dávila, G., y Molina, C. (2019). La comunicación comunitaria: El sustrato político-cultural de los movimientos sociales. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (140), 9-14. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i140.3991>
- Esteban, N. T. (2018). *Tipos de investigación*. Editorial Universidad Santo Domingo de Guzmán. <https://core.ac.uk/download/pdf/250080756.pdf>
- Fundación para la Libertad de Prensa - FLIP (2015). *Cartografías de la información del departamento del Meta*. <https://flip.org.co/cartografias-informacion/content/meta#secondPage>
- Gay, L. R. (1996). *Educational research: Competencies for analysis and application* Prentice Hall, Inc.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. D. P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S. A. de C.V.
- Krohling, C., Chaparro, M., y Torrico, E. (2019). Comunicación comunitaria, políticas y ciudadanía. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (140), 49-58. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i140.3994>
- Ladino, P. C., Rodríguez, J. C., y Quintero, J. (2020). Análisis de contenidos digitales en Facebook: El caso de las publicaciones de ONG'S en torno a las prácticas de paz en Colombia. En A. Guzmán y E. Martín-Caro (Comps.), *Diálogo de ciencias sociales, económicas y administrativas: Perspectivas, tendencias y retos* (pp. 242-255). Corporación Universitaria de Asturias.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - MinTIC (2010). *Resolución 415 de 2010. Por la cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones*. *Diario Oficial No. 47.685*. https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/resolucion_mintic_0415_2010.htm
- Otzen, T., y Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Pereira, J. M., y Cadavid, A. (Eds.) (2011). *Comunicación, desarrollo y cambio social: Interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD (2011). Comunicación para el desarrollo: Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas. PNUD. <https://unsdg.un.org/sites/default/files/c4d-effectiveness-of-UN-S-P.pdf>
- Quispe, G., Ayaviri, D., y Maldonado, R. (2018). Participación de los actores en el desarrollo local en entornos rurales. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIV(3), 62-82.
- Sala, C. (2017). Comunicación comunitaria y medios ciudadanos: La voz desde dentro de las comunidades. *Janus 2017- A Comunicação Mundializada*, 108-109. https://janusonline.pt/images/anuario2017/2.3.7_CristinaVald%C3%A9s_Comunicaci%C3%B3nComunitaria.pdf
- Sarduy, Y. (2007). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Revista Cubana de Salud Pública*, 33(3), 1-11.
- Valle, M. (2020). Medios alternativos de Medellín. Tendencia de los temas en su agenda. *Correspondencias & Análisis*, (12). <https://doi.org/10.24265/cian.2020.n12.09>

- Vega, J., Tapias, C. A., y Pérez, C. E. (2019). Radio comunitaria y construcción de paz en Colombia. Comunicación, interacción y planeación participativa para el posconflicto. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 1391-1410. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1390>
- Villa, S. I., y Berrocal, J. C. (2019). Aportes de la democracia deliberativa en el contexto del postconflicto colombiano. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(E-1), 253-263. <https://doi.org/10.31876/rsc.v25i1.29613>
- Zúñiga, D. G., y Grattan, S. J. (2017). *Papel de las radios comunitarias en el proceso de consolidación de la paz en Colombia*. Cátedra UNESCO de comunicación. https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/IV_24.html