



Corporación Universitaria Minuto de Dios- UNIMINUTO

Facultad Ciencias de la Comunicación

Diana Carolina Zapata Vallejo

Mi Comuna 2: Análisis del proceso de creación y funcionamiento de un periódico comunitario de Medellín

UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios

Bogotá

2019

Diana Carolina Zapata Vallejo

Mi Comuna 2: Análisis del proceso de creación y funcionamiento de un periódico comunitario de Medellín

Tesis presentada como requisito para la obtención del título de Magíster al Programa de Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO

Orientador: Professor Mestre Georgie Alexánder Echeverri Vásquez
Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1965819583871724>

UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios

Bogotá
2019

Diana Carolina Zapata Vallejo

Mi Comuna 2: Análisis del proceso de creación y funcionamiento de un periódico comunitario de Medellín

Tesis presentada como requisito para la obtención del título de Magíster al Programa de Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO

Fecha de aprobación: _____

Tribunal Evaluador:

Nombre del evaluador
Universidad

Nombre del evaluador
Universidad

Nombre del evaluador
Universidad

Bogotá
2019

*A todos aquellos que creen en la comunicación para el cambio social
como un camino para transformar sus territorios.
¡Todo fluye!*

AGRADECIMIENTOS

Gratitud eterna al universo por mostrarme que todo es un proceso y con dedicación es posible conquistar las metas...

Gratitud eterna a mi orientador por su confianza y por acompañarme a aprender a investigar...

Gratitud eterna a mi familia por animarme con su amor a seguir insistiendo sin desistir...

Gratitud eterna a mis amigos por robarme carcajadas y hacerme mirar con humor los momentos difíciles en los que deseaba dejar de escribir...

Gratitud eterna a mi compañero de camino, por su apoyo y comprensión en este proceso de largas horas de escritura y ausencia...

Gratitud eterna a mi gato Faraday por su compañía en las jornadas de estudio y sus ronroneos reconfortantes...

Gratitud eterna a Danco por ser un guardián leal mientras leía y escribía en el jardín...

Gratitud eterna a Santa Elena por ser un lugar donde me siento tranquila e inspirada...

Gratitud eterna a la *Corporación Mi Comuna* por compartir conmigo su apuesta por la comunicación comunitaria para transformar su territorio...

RESUMEN

ZAPATA VALLEJO, Diana Carolina. *Mi Comuna 2: Análisis del proceso de creación y funcionamiento de un periódico comunitario en Medellín*. 2019. 89 p. Tesis (Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social) – Facultad de Comunicación – Corporación Universitaria Minuto de Dios- UNIMINUTO.

La presente tesis se concentra en analizar la experiencia histórica de creación y funcionamiento del periódico *Mi Comuna 2* como medio de comunicación comunitaria en una comuna del Nororiente de Medellín (Colombia). Desde el punto de vista teórico, sitúa la comunicación para el desarrollo y el cambio social (CDCS) como metadiscurso que se enriquece con el diálogo de tres vertientes de la comunicación, a saber, la tradición crítica que da soporte a la educación popular y a las premisas sobre de la comunicación popular comunitaria (CPC), la tradición sociocultural que se enfoca en los procesos de construcción de cultura a partir de las prácticas comunicativas, y la tradición sociopsicológica, a la que se encuentra circunscrita la teoría de las representaciones sociales. Desde el punto de vista metodológico, la investigación presenta dos vectores complementarios de análisis, uno endógeno, que se concentra en las voces de los actores que materializaron históricamente la iniciativa del periódico comunitario, para lo cual se hizo un análisis de contenido categorial partiendo de seis entrevistas y dos grupos focales; y otro vector exógeno, que se concentró en identificar la posible representación que se ha construido socialmente sobre el medio comunitario en su área de influencia geográfica, para lo cual se aplicó una técnica de asociación libre de palabras (TALP), de la que emanaron tanto un análisis prototípico como un análisis de similitud. A partir del análisis de las prácticas comunicativas y del pensamiento socialmente construido alrededor del periódico comunitario se concluye 1) que *Mi Comuna 2* es un periódico comunitario que dialoga parcialmente con las premisas de la comunicación popular comunitaria (CPC); 2) que se trata de un medio que propone un modelo de participación con prácticas novedosas de planeación inicial de contenidos, pero que aún no ha logrado construir una agenda colectiva como elemento de identidad misional y de empoderamiento ciudadano; y 3) que existe una una representación social del medio construida consensualmente por los habitantes del territorio en torno a cuatro cognemas (*información_barrio*, *buen_producto*, *información_comuna* e *informativo*), cuya generalidad se puede interpretar precisamente como ausencia de una agenda comunitaria concreta, que se evidencia en la forma como se construyen, presentan y perciben los contenidos.

Palabras claves: Comunicación. Representación Social. Práctica Comunicativa. Periodismo Comunitario. Comunicación Popular Comunitaria.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 Propuesta de abordaje teórico de la CDCS como campo..... | 12 |
| Figura 2 Arquitectura del pensamiento social según Rouquette (1998) | 18 |
| Figura 3 Análisis de contenido como puente entre la descripción y la interpretación | 33 |
| Figura 4 Análisis de contenido categorial Mi Comuna 2. | 34 |
| Figura 5 Análisis prototípico realizado por el programa Iramuteq | 45 |
| Figura 6 Análisis de similitud término inductor “Mi Comuna 2” | 48 |
| Figura 7 Modelo de análisis de los hallazgos | 51 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Tradiciones teóricas sobre comunicación y su relación con el sentido común | 10 |
| Tabla 2 Propiedades sistema central/sistema periférico de una representación social | 19 |
| Tabla 3 Construcción categoría Organización interna..... | 36 |
| Tabla 4 Construcción categoría Contexto comunitario | 39 |
| Tabla 5 Construcción categoría Producción de contenidos..... | 42 |
| Tabla 6 Construcción categoría Apoyo institucional..... | 43 |
| Tabla 7 Perfil de escolaridad de participantes TALP | 46 |
| Tabla 8 Análisis prototípico término inductor “Mi Comuna 2” | 47 |
| Tabla 9 Reconocimientos a Mi Comuna 2 | 58 |

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

| | |
|---------------|---|
| BID | Banco Interamericano de Desarrollo |
| CDCS | Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social |
| CMC | Corporación Mi Comuna |
| CPC | Comunicación Popular Comunitaria |
| RCC | Rendición de Cuentas a la Ciudadanía |
| TALP | Técnica de Asociación Libre de Palabras |
| UNESCO | Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura |

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 5 |
| 1.1 Objetivo general | 7 |
| 1.2 Objetivos específicos | 7 |
| 2. COMUNICACIÓN COMO CAMPO TEÓRICO | 8 |
| 2.1 Comunicación para el cambio social: problematización del concepto | 12 |
| 2.2 Comunicación y representaciones sociales | 15 |
| 2.3 Comunicación y construcción de la realidad social | 20 |
| 2.4 Visión crítica de la comunicación | 23 |
| 3. MÉTODO | 28 |
| 3.1 Contextualización del periódico <i>Mi Comuna 2</i> | 28 |
| 3.2 Análisis de contenido | 30 |
| 3.2.1 Categoría 1: Organización interna | 35 |
| 3.2.2 Categoría 2: Contexto comunitario | 38 |
| 3.2.3 Categoría 3: Producción de contenidos | 40 |
| 3.2.4 Categoría 4: Apoyo institucional | 42 |
| 3.3 Análisis prototípico y análisis de similitud | 43 |
| 4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS | 50 |
| 4.1 Prácticas sociales y comunicación popular comunitaria | 52 |
| 4.2 Representación social de <i>Mi Comuna 2</i> como periódico comunitario | 60 |
| 4.3 A <i>Mi Comuna 2</i> : Pistas para construir un territorio de sentidos | 64 |
| CONCLUSIONES | 69 |
| REFERENCIAS | 73 |
| ANEXO FOTOGRÁFICO TRABAJO DE CAMPO | 77 |

INTRODUCCIÓN

La utopía está en el horizonte. Camino dos pasos, ella se aleja dos pasos y el horizonte se corre diez pasos más allá. ¿Entonces para qué sirve la utopía? Para eso, sirve para caminar.
Eduardo Galeano (2002)

En 2013 asumí el desafío de trabajar como asesora en el área de Comunicación Comunitaria del Programa de Planeación y Presupuesto Participativo de la Alcaldía de Medellín. En el marco de mis funciones, tuve la oportunidad de conocer el trabajo desarrollado por la Corporación Mi Comuna, a partir del acompañamiento a la producción del periódico *Mi Comuna 2*. Fue en aquel momento cuando surgió la inquietud de regresar a la academia y tomé esta decisión motivada por mi compromiso como docente en el Área de Participación, en la Corporación Universitaria Minuto de Dios- sede Bello, donde me estimularon a realizar la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social en la sede de Bogotá.

En 2014 inicié los seminarios y compartí con los jóvenes de *Mi Comuna 2* la intención pedagógica de abordar su proceso comunitario como objeto de mi investigación. Inicialmente, acordamos trabajar juntos la sistematización de la experiencia del periódico como columna vertebral de la Corporación.

No obstante, aunque hubo un trabajo colaborativo y una excelente disposición, no fue posible materializar ese propósito inicial y por ello se planteó un nuevo objetivo general: analizar la experiencia histórica de creación y funcionamiento del periódico *Mi Comuna 2* como medio de comunicación comunitaria. Me movía la convicción que dicho análisis habría de contribuir al enriquecimiento teórico y metodológico de un campo que se ha convertido en mi pasión como profesional y como docente: la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS).

Para alcanzar ese objetivo general me propuse, en primer lugar, *describir* las prácticas comunicativas de *Mi Comuna 2* como medio de comunicación comunitaria. Esa descripción se

realizó a través de un análisis de contenido fruto del procesamiento de información recabada a partir de seis entrevistas y dos grupos focales.

En segundo lugar, la investigación se concentró en *identificar la* existencia de una posible representación social del periódico comunitario *Mi Comuna 2* construida por los habitantes del territorio donde lo leen. Para tal fin, apliqué una técnica de asociación libre de palabras con 104 participantes de la comunidad, a partir de la cual realicé tanto un análisis prototípico como un análisis de similitud, ejercicios de investigación frecuentemente utilizados en el abordaje estructural de la teoría de las representaciones sociales.

Por medio de un ejercicio de acompañamiento teórico y metodológico a distancia por parte de mi orientador, el también comunicador social Georgie Alexánder Echeverri Vásquez, estudiante de cuarto año de doctorado en Psicología Social de la Universidad del Estado de Río de Janeiro (UERJ), materialicé la tesis que presento a continuación.

En la parte inicial de la tesis presento el planteamiento del problema y las preguntas que orientaron mi investigación, que considero fundamentales toda vez que se pueden aplicar al análisis de otros medios de comunicación popular comunitaria que existen en la ciudad: i) ¿qué entienden sus promotores del periódico por comunicación comunitaria?; ii) ¿qué acciones implementa la Corporación Mi Comuna para distanciarse de la institucionalidad y no ser una extensión o apéndice de la Alcaldía de Medellín en el territorio, teniendo en cuenta que los recursos de financiación para la impresión del periódico provienen en su totalidad del Estado?; y iii) ¿cuáles son las prácticas comunicacionales desarrolladas por *Mi Comuna 2* que permiten identificarlo como un medio de comunicación comunitaria y de qué forma la participación atraviesa dichas prácticas?

En el **capítulo 2** o marco teórico de la investigación abordo las premisas básicas de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS), tejiendo un diálogo con lo que el profesor Robert Craig (University of Colorado Boulder), a finales de la década de los 90,

denominó *Teoría de la Comunicación como un Campo*. En ese orden de ideas, opté por situar la CDCS en la intersección de tres vertientes o tradiciones de la comunicación, a saber, la sociocultural, la sociopsicológica —de donde emana la teoría de las representaciones sociales— y la crítica, asociada a la educación popular específicamente; sin desconocer elementos propios de la comunicación popular comunitaria, con la intención de darles un soporte teórico a los hallazgos de la investigación en campo, con referencias de contexto más cercanas a un periódico *Mi Comuna 2*.

En el **tercer capítulo** materializo metodológicamente los dos objetivos específicos de la investigación a modo de vectores: uno endógeno (dirección adentro-afuera), que se concentra en la forma como los participantes de las entrevistas y los grupos focales describen las prácticas comunicativas del periódico *Mi Comuna 2*, y el otro exógeno (dirección afuera-adentro), que se enfoca en identificar la posible representación social que los habitantes del área de influencia del periódico han construido sobre este medio comunitario. En este capítulo explico, de manera detallada, la forma como se realizó el análisis de contenido categorial para dar cumplimiento al primer objetivo, así como los análisis prototípico y de similitud para alcanzar el segundo.

En el **cuarto capítulo** analizo los resultados de la investigación a la luz de los constructos teóricos propuestos, centrándome específicamente en el concepto de práctica comunicativa y en la forma como esas prácticas pueden o no dialogar con las premisas de un medio de comunicación popular comunitaria. Finalmente, me dirijo a los protagonistas de la investigación por medio de unas recomendaciones que considero fundamentales para que el proceso, que tuve la posibilidad de acompañar desde la Alcaldía de Medellín en 2013-2014, continúe enriqueciéndose y apuntándole al empoderamiento ciudadano, que es a la postre el objetivo de un periódico comunitario.

Que esta tesis, que fue parte de mi proceso inicial de formación teórica y metodológica como investigadora en el campo de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social,

contribuya a la generación de nuevos y fértiles espacios de reflexión, tanto en el entorno académico como en el ámbito comunitario.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde hace doce años, en Medellín se ejecuta el Programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo, institucionalizado por medio del Acuerdo 43 del 8 de noviembre de 2007, que lo circunscribió al Sistema Municipal de Participación. En el Decreto 697 de 2017, la Alcaldía de Medellín reglamentó los procedimientos que se realizan para garantizar la participación de las comunidades, haciendo referencia, entre otros, al principio del *enfoque territorial*:

En la planeación del desarrollo local y presupuestación participativa se resaltarán las fuerzas vivas de la ciudadanía en la *construcción de lo público* y se estimulará la *participación activa* en los territorios urbanos y rurales, con el fin de construir e implementar diferentes medidas, acorde con las necesidades y fortalezas de estos territorios, reconociendo la institucionalidad local, los actores, escenarios y formas de ejercicio de poder en los territorios (Concejo de Medellín, Decreto 697 de 2017, art. 3) [*itálica de la autora*]

En ese marco institucional, las 16 comunas y cuatro corregimientos (territorios rurales) de Medellín eligen a los representantes de las organizaciones comunitarias y de los respectivos grupos poblacionales que se encargan de priorizar las iniciativas que serán apoyadas con recursos públicos correspondientes a un porcentaje del presupuesto de la ciudad. Priorizar significa asignar recursos públicos, lo que demanda realizar un acompañamiento por parte del Municipio de Medellín a las personas jurídicas que firman los convenios para que dichos recursos se inviertan de acuerdo con lo establecido en las decisiones comunitarias y en el marco de lo estipulado por Ley.

Como muestra el informe de gestión de la Coordinación de Comunicación Comunitaria de la Alcaldía de Medellín (Alcaldía de Medellín, 2014), en 2013 los representantes de las comunas y corregimientos priorizaron 23 periódicos que se definen como “periódicos comunitarios”, entre ellos el periódico *Mi Comuna 2*.

En el caso específico de *Mi Comuna 2*, proceso que tuve la oportunidad de acompañar como asesora de la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín, se contempló para aquel año la impresión de siete ediciones del periódico, tamaño tabloide americano, 16 páginas, policromía y trece mil ejemplares por cada edición. Dicho acompañamiento también incluía la revisión de contenidos y, cuando el asesor así lo consideraba o la organización ejecutora lo solicitaba, se presentaban sugerencias desde el punto de vista periodístico.

En ese contexto de relaciones de poder, donde lo institucional y lo jurídico se unen a las iniciativas de grupos comunitarios con el propósito, como dice el Decreto 697, de resaltar “las fuerzas vivas de la ciudadanía en la construcción de lo público” y de estimular “la participación activa en los territorios”, surgieron tres preguntas problematizadoras alrededor del periódico *Mi Comuna 2*, que estuvieron presentes a lo largo de la investigación de campo: i) ¿qué entienden sus promotores por comunicación comunitaria? Si como afirma Jiménez (2014), el postulado básico de cualquier ejercicio de comunicación popular comunitaria es constituirse como alternativa frente al discurso dominante, ii) ¿qué acciones implementa la Corporación *Mi Comuna* para distanciarse de la institucionalidad y no ser una extensión o apéndice de la Alcaldía de Medellín en el territorio, teniendo en cuenta que los recursos de financiación para la impresión del periódico provienen en su totalidad del Estado?

Como señalan Jiménez (2014) y Cerbino & Belotti (2015), un elemento diferenciador de los medios comunitarios es su capacidad de convertirse en plataformas para la construcción y difusión de una agenda propia que converse con las necesidades del territorio y genere procesos de reflexión “desde abajo”, desde el reconocimiento de los actores. En ese orden de ideas, aparece la tercera pregunta de investigación: iii) ¿cuáles son las prácticas comunicativas desarrolladas por *Mi Comuna 2* que permiten identificarlo como un medio de comunicación comunitaria y de qué forma la participación atraviesa dichas prácticas?

Para dar respuesta a estas preguntas de investigación, se optó por construir un diálogo teórico entre la comunicación popular comunitaria, enmarcada en la tradición crítica — especialmente en América Latina— y las vertientes socio-cultural y sociopsicológica de la comunicación, como se expone de forma amplia en el numeral 2.

En ese orden de ideas, la investigación se propuso alcanzar los objetivos que se presentan a continuación:

1.1 Objetivo general

Analizar la experiencia histórica de creación y funcionamiento del periódico *Mi Comuna 2* como medio de comunicación comunitaria.

1.2 Objetivos específicos

- Describir las prácticas comunicativas de *Mi Comuna 2* como medio de comunicación comunitaria.
- Identificar la existencia de una posible representación social del periódico *Mi Comuna 2* por parte de los habitantes del territorio donde se distribuye.

2. COMUNICACIÓN COMO CAMPO TEÓRICO

Abordar un tema de investigación académica relacionado con la comunicación como categoría teórica demanda, en primer lugar, una delimitación del concepto, de ahí que no sea extraño preguntarnos qué entendemos por comunicación. Como bien lo explica Craig (1999), respaldado por Littlejohn & Foss (2009, 2011), más que concentrarnos en la profusión de teorías sobre la comunicación —Anderson (1996) encontró cerca de 249 en un estudio realizado en la década de los 90—, lo realmente importante es centrar el foco en la posibilidad de creación de un metamodelo, que trascienda la mera definición o explicación de un proceso y preste atención al metadiscurso, es decir, al campo que puede construirse cuando entran en diálogo las diferentes teorías. Littlejohn & Foss (2011) lo plantean de forma gráfica usando una metáfora geológica: las diferentes teorías sobre la comunicación podrían verse simplemente como un conjunto de rocas dispersas en una mesa de laboratorio o bien como un modelo dinámico computarizado que permita analizar la formación de la tierra.

En esa línea de pensamiento, resulta particularmente interesante la propuesta de Craig (1999) según la cual es posible construir una *teoría de la comunicación como campo* a través del diálogo de los diferentes discursos científicos sobre comunicación, es decir, crear un metadiscurso científico o metateoría a partir de siete enfoques que él denomina *tradiciones* de la comunicación: 1) tradición retórica, 2) tradición cibernética, 3) tradición semiótica, 4) tradición fenomenológica, 5) tradición sociopsicológica, 6) tradición sociocultural y 7) tradición crítica.

Craig (1999) señala que esas maneras de concebir los fenómenos comunicativos, si bien hacen parte del discurso científico-racional de la comunicación, también tienen un sustrato en el sentido común, como diría Schütz, en el *Lebenswelt*¹ o mundo de la vida, en la forma como

¹ Esta expresión alemana, acuñada por Alfred Schütz en el marco de la fenomenología husserliana, se refiere al escenario donde sucede y se reproduce el mundo de la vida (Ritzer, 1993).

las personas se expresan en sus interacciones cotidianas; en otras palabras, en el metadiscurso ordinario. De esta manera, ambos tipos de metadiscurso, el científico y el ordinario interactúan y se retroalimentan.

Desde este punto de vista, la metateoría se torna en un saber práctico, útil y válido para la vida cotidiana, debido a que sus tradiciones de pensamiento representan formas diferentes —y al mismo tiempo complementarias— de hablar sobre la comunicación, pensar acerca de sus consecuencias y solucionar sus problemáticas. Así, la metateoría, aparte de cumplir una función epistemológica/disciplinar importantísima, es una rica fuente de recursos conceptuales con los que pensar la comunicación. (García, 2015 *apud* Craig, 1999, p. 47).

Como explica García (2015), la propuesta de una metateoría de la comunicación cobra sentido porque le otorga aplicabilidad en la cotidianidad a los planteamientos propuestos por Craig (1999) y a través de ellos muestra cómo cada tradición cumple un papel en los sujetos individuales y colectivos, toda vez que les permiten, también, interrogarse sobre la incidencia en sus vidas de la comunicación como expresión, interacción e influencia; en otras palabras, “es una forma de (re)construir relaciones con mayores recursos comunicativos” (García, 2015 *apud* Craig, 1999, p. 52).

Como muestra la Tabla 1, el metamodelo de Craig (1999) posibilita la comprensión de las tradiciones teóricas para acercarse al metadiscurso como representación de las formas como la gente se expresa y se relaciona con las prácticas cotidianas.

Tabla 1
Tradiciones teóricas sobre comunicación y su relación con el sentido común

| Tradición teórica | Enfoque | Ideas que circulan en el sentido común (universo consensual) |
|----------------------------|---|--|
| 1. Retórica | Entiende la comunicación como arte práctico del discurso orientado hacia la persuasión, en el que intervienen tanto la emoción como la lógica racional. | <ul style="list-style-type: none"> - En lo que tiene que ver con opiniones, siempre es bueno escuchar ambos lados de un asunto antes de formarnos un juicio propio. - Las palabras son menos importantes que las acciones. - La opinión no es conocimiento. |
| 2. Semiótica | Hace alusión a la comunicación como mediación intersubjetiva a través de los signos, que aborda problemas concretos de representación y transmisión de los significados. | <ul style="list-style-type: none"> - Es más fácil comunicarnos cuando compartimos un lenguaje común. - Las palabras pueden significar cosas diferentes para personas diferentes. - Los significados se pueden comunicar por medio de elementos sutiles del comportamiento. - Una imagen vale más que mil palabras. |
| 3. Fenomenológica | Teoriza la comunicación como diálogo o experiencia de alteridad (<i>otherness</i>) cuyo mayor problema sería la imposibilidad de un diálogo auténtico entre las personas. | <ul style="list-style-type: none"> - Podemos y debemos tratar al otro como una persona y no como una cosa. - Es importante reconocer y respetar las diferencias |
| 4. Cibernética | Teoriza la comunicación como procesamiento de información y explica cómo todos los sistemas complejos, ya sean vivos o no, son capaces de funcionar. | <ul style="list-style-type: none"> - Los grupos y las organizaciones también piensan. |
| 5. Sociopsicológica | Teoriza la comunicación como un proceso de expresión, interacción e influencia, con un marcado sesgo individual y psicologista. | <ul style="list-style-type: none"> - Nuestras formas de comunicar y nuestras reacciones a las comunicaciones de los otros varían de acuerdo con la personalidad de cada individuo. |
| 6. Sociocultural | La comunicación es un proceso simbólico que produce y reproduce modelos socioculturales compartidos. | <ul style="list-style-type: none"> - Los individuos son el producto de su ambiente social. - Los grupos desarrollan normas particulares, rituales y visiones del mundo. |
| 7. Crítica | Una comunicación auténtica se da en el marco de un proceso de reflexión discursiva que busque una emancipación paulatina de los sujetos. | <ul style="list-style-type: none"> - La autoridad y las creencias tradicionales representan una distorsión de la razón al servicio del capitalismo, el racismo y el patriarcado. |

Cuadro sinóptico adaptado a partir de Craig (1999)

De acuerdo con García (2015), es importante privilegiar la metacomunicación de la vida cotidiana —cómo la gente habla sobre comunicación— en lugar de la metacomunicación

académica —cómo el campo de la comunicación ha investigado la comunicación—. Se destacan la concepción de las siete tradiciones de pensamiento como distintas formas de concebir los procesos comunicativos y, por ende, la identidad humana y la sociedad construidos a partir de dichos procesos. Así, según García (2015), cada una de las siete tradiciones de pensamiento apuntadas se presenta como una forma de comunicar sobre comunicación y de concebir, definir y construir las relaciones humanas y sus problemáticas.

Ahora bien, teniendo en cuenta que el objetivo de la presente investigación es analizar la experiencia histórica de creación y funcionamiento del periódico *Mi Comuna 2* como medio de comunicación comunitaria, es importante definir, desde el punto de vista teórico y conceptual, no solo qué entendemos por comunicación comunitaria, que más adelante abordaremos como Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS), sino también con cuáles tradiciones teóricas de las expuestas por Craig (1999) podría tejerse un diálogo enriquecedor desde el punto de vista epistemológico. En otras palabras, pensar las prácticas de la comunicación para el desarrollo y el cambio social como ligadas a una gran teoría de la comunicación como campo (Craig, 1999; García, 2015).

El trabajo por venir exige *explorar* el campo para descubrir aspectos claves y mapear la compleja topografía de las tradiciones, *creando* nuevas tradiciones de la teoría de la comunicación y nuevas formas de esquematizar el campo; y *aplicando* la teoría de la comunicación por medio del compromiso con un metadiscurso práctico sobre problemas de comunicación [*traducción de la autora; cursiva del autor original*] (Craig, 1999, p. 149).

Si bien la propuesta de Craig es ambiciosa y escapa al objetivo del presente trabajo de maestría materializarla, contribuye de alguna manera a delimitarlo, especialmente cuando se refiere a la esquematización del campo. Por esa razón, el análisis de *Mi Comuna 2* como experiencia de comunicación comunitaria se apoyará en la forma como tres tradiciones concretas —la sociopsicológica, la sociocultural y la crítica— pueden crear un diálogo posible.

Como muestra la Figura 1, con respecto a la tradición sociopsicológica nos concentraremos específicamente en el concepto de representación social (Moscovici, 1961; Sá, 1996, 2015). Abordaremos la tradición sociocultural a partir de la teoría de la construcción social de la realidad (Berger & Luckmann, 1968) y nos concentraremos en el alcance de la educación popular como elemento central de la teoría crítica. Pero para llegar a ese posible diálogo teórico-práctico o metadiscurso es necesario, en primer lugar, enfocarnos en el concepto de Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS).

Figura 1
Propuesta de abordaje teórico de la CDCS como campo



2.1 Comunicación para el cambio social: problematización del concepto

En la primera parte del presente capítulo se abordó la propuesta de pensar la comunicación como campo metateórico y metadiscursivo (Craig, 1999; García, 2015). A partir de este momento es importante centrar el foco en la forma como ese campo permite el abordaje de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS). Al observar la manera como Craig (1999) hace referencia a la “tradición sociocultural” es fácil notar que el autor se interesa por mostrar cómo la comunicación es un proceso simbólico que produce y reproduce modelos socioculturales compartidos. Por consiguiente, también se debe destacar que lo que Craig

(1999) nombra como “tradición crítica” ocurre en el marco de un proceso de reflexión discursiva que busca paulatinamente la emancipación e incidir en una auténtica comunicación. Ahora bien, en la presente investigación las tradiciones anteriormente mencionadas tanto como la tradición sociopsicológica son fundamentales en la problematización del concepto de Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) como campo.

Al abordar el concepto de Comunicación, Desarrollo y Cambio Social (CDCS) vale la pena destacar, conforme explica Ángel & Barranquero (2015), que se ha centrado históricamente en torno a dos ejemplos: uno modernizador y otro participativo. De acuerdo con los autores, el paradigma modernizador hace referencia a la “perspectiva vertical y difusionista de la comunicación” (p.33), mientras que el paradigma participativo se sitúa en procesos de diálogo orientados a la calidad de vida de las poblaciones.

De igual manera se evidencia una transición de un pensamiento económico y materialista del desarrollo, capaz de ignorar los contextos propios, a miradas más participativas que se convierten en los cimientos del emergente paradigma de la Comunicación para el Cambio Social, entendido como "un proceso de diálogo comunitario en el que las comunidades deciden de manera autónoma cuáles son sus intereses y necesidades" (Gumucio & Tufte, 2008 *apud* Ángel & Barranquero, 2015, p.34).

Como afirman Rocha *et al.* (2014), la Comunicación para el Cambio Social comparte con la Comunicación para el Desarrollo la inquietud por la cultura y por las costumbres comunitarias, por la valoración del saber popular, y reconoce la importancia del diálogo horizontal entre los especialistas y los agentes sociales del desarrollo. Los autores muestran cómo en cierta medida, la Comunicación para el Desarrollo respondía a una figura institucional e incluso vertical y establecen un eje diferenciador con la Comunicación para el Cambio Social, que es un proceso de participación y discusión entre todos en búsqueda del bien común.

Al establecer una postura crítica es fundamental repensar la comunicación y el desarrollo en reciprocidad con los procesos y no solo como medios o difusión de información, de ahí que la agenda pública exija “una visión de la comunicación que trascienda el estrecho marco de los medios y permee las políticas de Estado, los movimientos sociales y los modos de relación inter- e intraculturales” (Rocha *et al.*, 2014, p.493).

Hoy es posible inferir que las múltiples experiencias de comunicación enriquecen el pensamiento académico de Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS). Para ilustrar lo anterior, Rocha *et al.* (2014) presentan una sistematización que reúne cincuenta propuestas comunitarias exitosas y evidencia cómo esas experiencias han nutrido la investigación y así han contribuido a fortalecer un campo de acción comunicativa que es reconocido como tal.

Radio Sutatenza es uno de los ejemplos representativos de Comunicación, Desarrollo y Cambio Social en Colombia. Fundada en 1947, surgió como una iniciativa para apoyar comunidades rurales y contribuir a su alfabetización mediante la educación no formal, de la cual se beneficiaron aproximadamente ocho millones de colombianos iletrados. Asimismo, uno de los aliados fue la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y desde la financiación el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Es interesante analizar cómo Radio Sutatenza fue precursora en mostrarle a la comunidad la responsabilidad sobre su desarrollo y revelar su potencial para contribuir a su transformación social (Rocha *et al.*, 2014). Otro caso es Bolivia en los distritos mineros de Potosí y Oruro, que en 1949, gracias a la radio, logró que la red de 26 emisoras sindicales mineras se empoderaran por la defensa de sus derechos laborales, formando de manera empírica a las generaciones de nuevos periodistas. Igualmente, las radios mineras fueron pioneras de la comunicación participativa y totalmente dirigidas por la comunidad, razón por la cual representaban una influencia política y social en Bolivia (Rocha *et al.*, 2014).

En otras palabras, algunas de las principales premisas sobre Comunicación, Desarrollo y Cambio Social posibilitan comprender que la comunicación debe concebirse con visión estratégica e incidencia en las políticas nacionales, en los marcos legales, en los planes de macrodesarrollo y no solo en el desarrollo local, fortaleciendo el sentir comunitario, logrando colectividades apropiadas del proceso y de sus contenidos comunicacionales (Rocha *et al.*, 2014).

En apoyo a lo anterior, es interesante enfatizar cómo Berrigan (1981) entiende la comunicación comunitaria como un proceso de participación donde la comunidad se involucra, crea y define sus propios contenidos, con la intención de legitimar un sentido distinto en la manera de comprender el desarrollo; es decir, un desarrollo capaz de vincular a la comunidad y al Estado a través de la comunicación comunitaria.

2.2 Comunicación y representaciones sociales

Al analizar con detenimiento la forma como Craig (1999) hace alusión a la tradición sociopsicológica de la comunicación, es posible evidenciar que el autor se concentra en las “predisposiciones psicológicas (actitudes, estados emocionales, rasgos de personalidad, conflictos inconscientes, cogniciones sociales, etc.) modificadas por los efectos de la interacción social (que pueden incluir los efectos de las tecnologías mediáticas como también la influencia interpersonal)” (Craig, 1999, p. 143).

En el marco de la pluralidad de enfoques propios de la psicología social sería posible deducir que lo que Craig (1999) denomina “tradición sociopsicológica” corresponde a la Psicología Social Psicológica, predominante en los Estados Unidos (Farr, 2013; Ferreira, 2010). Ahora bien, para efectos de la presente investigación, conviene concentrarnos en la Psicología Social Sociológica, de origen europeo, como marco de la teoría de las representaciones sociales

(Moscovici, 1961), insumo para la construcción de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) como metadiscurso.

Inspirado en el concepto sociológico clásico de ‘representación colectiva’ de Durkheim, Moscovici (1961) propone el concepto de representación social para referirse al conocimiento consensual sobre un objeto específico, que se construye a partir de las conversaciones cotidianas y que se diferencia del conocimiento *reificado*, comúnmente elaborado en el mundo de la academia a partir de la lógica científico-racional. Este psicólogo social rumano (1925-2014), cuya carrera académica se desarrolló en Francia, llegó a la formulación del concepto de representación social luego de estudiar la forma como la sociedad francesa de la década de 50 se aproximaba al psicoanálisis:

El psicoanálisis es un acontecimiento cultural que, más allá del estricto circuito de las ciencias, la literatura o la filosofía, afecta al conjunto de la sociedad. Se observa, al mismo tiempo, el nacimiento de un nuevo sentido común que podría entenderse en términos de vulgarización, difusión o distorsión de la ciencia. Para analizar ese acontecimiento y ese fenómeno, la contribución de la sociología y de la historia sería indispensable. No obstante, la psicología social aprehende aspectos esenciales a través del estudio de las representaciones sociales y de las comunicaciones [*traducción libre de la autora*] (Moscovici, 2012, p.25).

Moscovici (2012), por medio de un método que incluía, además de entrevistas, el análisis de contenido de 1.640 artículos de 230 revistas y periódicos de Francia, llegó a la conclusión que esos medios abordaban el psicoanálisis siguiendo tres lógicas interpretativas o sistemas de comunicación: la difusión, la propagación y la propaganda. La lógica interpretativa de la *difusión* se caracterizaba por reproducir la voz de los especialistas, manteniendo una distancia del psicoanálisis como objeto, sin involucrarse directamente. La *propagación* estaba más ligada a medios de orientación católica, que acomodaban o integraban parcialmente los conceptos freudianos al cuadro de pensamiento grupal, omitiendo cualquier referencia a

elementos relacionados con la sexualidad. Finalmente, la *propaganda*, propia de los medios adscritos a la izquierda comunista militante, se refería al psicoanálisis como “ciencia burguesa” asociada al capitalismo norteamericano (Moscovici, 1961, 2012).

Es importante destacar que Moscovici se refería a la difusión, la propagación y la propaganda como sistemas, no como conjunto de opiniones; es decir, como construcciones colectivas más elaboradas: la representación que cada grupo tenía del psicoanálisis podía equipararse a una “verdadera teoría del sentido común” (Sá, 2015, p.190). Esa definición primigenia de representación social con el tiempo fue elaborándose hasta llegar a la formulada por Jodelet (1989, p. 36), considerada una de las definiciones más tradicionales: una representación social es una “forma de conocimiento socialmente elaborada y compartida, que tiene una *función práctica* y que contribuye a la construcción de una realidad común para un conjunto social”.

Según Sá (2015), una representación social se caracteriza por tener tres dimensiones. La primera, que podemos denominar *informativa*, está relacionada con la información que el grupo tiene sobre un objeto específico; la segunda tiene que ver con la imagen compartida que el grupo tiene de ese objeto (dimensión *imagenética*); y la tercera es la dimensión *actitudinal*, es decir, la orientación favorable o desfavorable que ese objeto genera en el grupo.

Autores posteriores a Moscovici, como Rouquette (1998, 2009), al abordar el concepto de *pensamiento social* como “lado cognitivo de la comunicación social” (Rouquette, 1998, p. 33) incluyen las representaciones sociales dentro de una estructura jerárquica llamada arquitectura del pensamiento social (ver Figura 2), de la que también hacen parte la ideología, las actitudes y las opiniones, argumentando que “cuando se estudia un nivel de integración cognitiva [*de pensamiento*], siempre es necesario considerar el nivel superior” (Rouquette, 1998, p. 56). Esos niveles del pensamiento social, según Wolter (2009) y Wolter, Sorribas e Gurrieri (2009) se entenderían como un *continuum* o secuencia, regido por dos principios: el

principio de la *estabilidad*, que va de la estabilidad extrema a la inestabilidad total, y el principio de la *integración*, que va de lo más general a lo más específico o contingente.

Figura 2
Arquitectura del pensamiento social según Rouquette (1998)



Una forma práctica de entender la Figura 2, en la que aparece tanto la arquitectura del pensamiento social como los dos principios que la rigen, sería a través de dos ejemplos: i) la representación social de la familia es más estable y menos específica (el modelo de familia tradicional es una construcción histórica), mientras que ii) la opinión sobre la gestión de un gobierno es más variable y contingente, y prueba de ello son los sondeos de opinión que se realizan periódicamente para tal fin.

Otra forma de asimilar la Figura 2 sería poniendo en práctica lo dicho por Rouquette (1998), es decir, considerando las opiniones, las actitudes, las representaciones sociales y la(s) ideología(s) como formas del pensamiento social cuya construcción depende siempre del nivel superior: las opiniones se construyen a partir de las actitudes, las actitudes (posicionamientos favorables o desfavorables frente a un objeto) se forman a partir de las representaciones sociales que los grupos tienen de ese objeto y la base de una ideología sería un conjunto de representaciones que se convertirían en su soporte. Como dicen Flament & Rouquette (2003, p.19), “la ideología se puede concebir no como un conjunto más o menos organizado de contenidos específicos que cambiarían de una sociedad para otra, o de un grupo para su antagonista, incluso menos como un conjunto de hechos de lenguaje, sino como un *repertorio* generador de todas las construcciones sociocognitivas” [*traducción libre de la autora*].

Una vez definido el concepto de representación social, vale la pena aclarar que no todo objeto es susceptible de ser un objeto de representación social. Un ejemplo comparativo que podría ilustrar esta afirmación: el SIDA es un objeto de representación social, mientras que la onicomicosis no. Eso se explicaría, según Sá (1998), porque un objeto de representaciones sociales produce discusiones y conversaciones grupales, tiene una relevancia societal, genera conocimientos estructurados, posicionamientos y juicios, está ligado a las prácticas sociales y se constituye en elemento diferenciador de los grupos.

Otro aspecto relevante, relacionado con las representaciones sociales, es el concepto de sistema central y sistema periférico. A partir de la investigación experimental realizada por Abric (1994) y su equipo de trabajo de Aix-en-Provence y Montpellier en Francia, fue posible evidenciar que “toda representación social está organizada en torno de un núcleo central, constituido por uno o algunos elementos que le dan a esa representación su significado” (Sá, 2002, p. 62). En otras palabras, en caso tal que hubiese un objeto con dos núcleos centrales, estaríamos hablando de dos representaciones diferentes del mismo objeto, compartidas por grupos diferentes. Alrededor de ese núcleo central se formaría un sistema periférico, formado por cognemas (ideas expresas en palabras o en frases) más inestables sobre el objeto en cuestión. La Tabla 2 permite comparar, a partir de Sá (2015) y Echeverri & Andrade (2016) ambos sistemas definidos en la teoría del núcleo central de una representación social:

Tabla 2
Propiedades sistema central/sistema periférico de una representación social

| Sistema central | Sistema periférico |
|--|--|
| Es marcado por la memoria colectiva: refleja los valores del grupo social | Integra las experiencias e historias individuales |
| Constituye la base común, colectivamente compartida, de la representación social | Soporta la heterogeneidad y las contradicciones del grupo social |
| Es estable, resistente al cambio | Es móvil y flexible |
| Es poco sensible al contexto social | Es evolutivo y sensible al contexto cotidiano |

Fuente: Sá (2015); Echeverri & Andrade (2016)

2.3 Comunicación y construcción de la realidad social

Comenzamos el presente capítulo haciendo alusión a tres formas como se puede abordar la comunicación (Craig, 1999), con el propósito de trazar un posible diálogo de esas tres tradiciones con la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS). Luego de definir esta última, nos concentramos en la forma como los grupos humanos crean "teorías del sentido común" (Moscovici, 1961) a partir de la interacción cotidiana y evidenciamos cómo la teoría de las representaciones sociales, de alguna manera, materializa lo que Craig (1999) denomina "tradicción sociopsicológica" de la comunicación. Nótese que hasta el momento no hemos hecho alusión a la cultura propiamente dicha, pues nos hemos enfocado en el pensamiento social que se construye, circula y se reproduce a través de la comunicación.

Según Canclini (2004), las prácticas sociales contienen una dimensión cultural, mas destaca que no todo en esas prácticas puede definirse como cultura. El antropólogo argentino define cultura como un "conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social" (Canclini, 2004, p. 34.). Al relacionar la cultura con las prácticas sociales, de alguna manera tiende un puente, sin proponérselo directamente, con la teoría de las representaciones sociales, toda vez que, como explicado en el párrafo anterior, estas últimas son saberes prácticos contruidos por los grupos humanos a través de la comunicación en la vida cotidiana.

Esos saberes prácticos están conectados con lo que se llama "sentido común", que según Geertz (2012) tiene cinco características asociadas a la comunicación como proceso de producción de significados: 1) es *natural*, porque se refiere a aquello que "tiene sentido" en un contexto específico; 2) es *práctico*, no solo porque es útil, sino también porque forma parte de lo que la filosofía popular denomina "sagacidad"; 3) es *simple* porque lo que importa para el sentido común son los hechos *per se*; 4) es *no metódico* porque no se asienta en doctrinas formales; y finalmente, 5) es *accesible* porque parte del presupuesto que cualquier persona del

grupo social puede entenderlo. Berger & Luckmann (2013), al referirse a la forma como los grupos humanos construyen la realidad que les circunda, también hacen alusión al sentido común:

Lo que tiene la mayor importancia es que sé que hay una continua correspondencia entre mis significados y sus significados en este mundo que compartimos en común en lo que respecta a su realidad. La actitud natural es la actitud de la conciencia del sentido común precisamente porque se refiere a un mundo que es común a muchos hombres. El conocimiento del sentido común es el conocimiento que yo comparto con otros en las rutinas normales, evidentes, de la vida cotidiana (Berger & Luckmann, 2013, p. 40)

Siguiendo la lógica planteada por Berger & Luckmann (2013), hay dos elementos que debemos considerar porque están íntimamente conectados con la comunicación como proceso —el lenguaje y la legitimación— debido a que son la columna vertebral de dichos planteamientos. En ese orden de ideas, el lenguaje es legitimador debido a que crea conexiones con la realidad misma en la vida cotidiana. Por lo tanto, el lenguaje no solo produce símbolos que a veces son distantes de la cotidianidad, sino que posee el atributo de mostrar esos símbolos con cercanía real a la misma cotidianidad. “El edificio de las legitimaciones se construye sobre el lenguaje y se usa como su principal instrumento” (Berger & Luckmann, 2013, p.89).

Ahora bien, la cultura para Hall (1983) representa un lugar cotidiano y por ello, responde al proceso que surge en las prácticas colectivas y sus significados sociales y no a imposiciones de la misma sociedad. De igual forma, la manera de conceptualizar la cultura por parte del autor apunta a la comprensión de lo cultural como “aquel flujo de significados que establece un puente entre el mundo material y el otro simbólico, donde ocurre el lenguaje, el pensamiento y la comunicación” (Caloca, 2015, p.6). En consecuencia, es interesante la divergencia entre el lenguaje y el habla. En un primer momento, el lenguaje se reinventa en el habla cotidiana; sin embargo, existen tantos cambios en el habla como individuos y diálogos. En segundo lugar, lo

anterior también ocurre con la cultura, pues al estar en movimiento continuo, prevalece un carácter de fusión y asimilación de elementos diferentes.

Conforme explica Caloca (2015), Hall concibe que todo acercamiento a lo cultural constituye una apropiación, sin perder su propio significado, razón por la cual no se puede desconocer el propio contexto que problematiza un fenómeno cultural. Hall, según Caloca (2015), muestra tres ópticas de un contenido cultural:

La preferente (donde el lector acepta los significados del emisor), la negociada (donde emisor y lector aportan significados), y la oposicional (cuando el referente rechaza el mensaje, ya sea por disidencia política, disgusto o desinterés). (Caloca, 2015, p.10).

De acuerdo con Caloca (2015), Hall logra problematizar los componentes de la comunicación masiva y trasciende la acción comunicativa mostrando que más que una tríada emisor-mensaje-receptor, se trata de una amalgama de significados y contextos: “la concepción de la identidad cultural juega un rol crítico en toda lucha, y es una forma de reconstruir profundamente el mundo” (Hall, 1983, p. 223).

En párrafos anteriores, mencionábamos a Canclini con el concepto de cultura, con el de identidad cultural a Stuart Hall e incluso mostrábamos el lenguaje y la legitimación como eslabones centrales de las ideas de Berger & Luckmann. Ahora bien, haciendo referencia a la tradición sociocultural de Craig (1999), la comunicación es un proceso simbólico que produce y reproduce modelos socioculturales compartidos. Por ello, los individuos son producto de su ambiente social y de esa manera, los grupos desarrollan normas particulares, rituales y visiones del mundo.

En ese orden de ideas podemos inferir que las prácticas sociales tienen una dimensión cultural y que al vincular la cultura con las prácticas sociales se establece una relación con la teoría de las representaciones sociales, debido a que estas últimas constituyen saberes prácticos contruidos por los grupos humanos a través de las prácticas comunicativas de la vida cotidiana.

2.4 Visión crítica de la comunicación

Finalizaremos el presente capítulo subrayando que lo que Craig (1999) designa como “tradicición crítica” acontece en un proceso de reflexión discursiva que busca gradualmente la emancipación e incidir en una auténtica comunicación. Por ello, abordaremos el saber popular como elemento central relacionado con la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS). Ahora bien, nos enfocaremos en comprender en primera instancia cómo la educación popular tiene una incidencia en los discursos y las prácticas educativas del contexto latinoamericano y asimismo, establecer los elementos que definen la educación popular como la lectura crítica del orden social y como una práctica social capaz de actuar sobre la subjetividad popular, nombrándose saber popular.

Según Torres (1993) la educación popular asume que su labor es favorecer que los sujetos populares sean capaces de validar su incidencia histórica. Por ello, el sentido en acompañar sus ideales y ayudar a su consolidación como fuerza social y política. Asimismo, la educación popular se aut nombra como una práctica social que surge desde, con y para los sectores populares. Por esa razón, sus acciones se enfocan en la subjetividad popular que a veces se asocia con la conciencia social, saberes o principios populares. También hace alusión a las prácticas sociales:

La formación de sujetos populares capaces de llevar a cabo las acciones sociales emancipatorias está relacionada con la formación de un sistema de representaciones, ideas, significaciones, simbolizaciones y afectos que le dan sentidos a sus prácticas. (Torres, 1993, p.3).

En síntesis, toda práctica social posibilita el aprendizaje de nuevos saberes y la formación de las personas. De igual forma, la expresión diálogo de saberes se ha podido abordar desde una perspectiva metodológica para propiciar los conocimientos en la educación popular. Conforme explica Cendales (2000), la pertinencia del diálogo está orientada a potenciar las

habilidades de las personas y los grupos, para otorgarles espacios de participación y establecer una postura crítica o denunciar cuando las condiciones lo exijan.

Como cuestiona Villamayor (2014), ¿cómo abordar una práctica social en clave de comunicación y de emancipación? Para responder al cuestionamiento planteado ella invita a entender en las prácticas y en los sujetos que en ellas se relacionan cómo fluye la relación comunicación-emancipación. Dicha correspondencia se ubica en la búsqueda de unas propuestas de sociedad en las que prime la justicia y la igualdad social. Además, ejemplifica cómo cada experiencia comunicacional es una práctica inmersa en un proceso político que surge de la disrupción en relación con un orden fijado. Un orden que por su contexto tiene una incidencia en los poderes hegemónicos; sin embargo, prevalece el habla popular.

El habla popular está llena de voces, pero no hay que pretender atraparla en matices demasiado cuadrículadas. Menos cuadros, más epifanías. El habla popular es ubicua, se filtra en creaciones artísticas, orales o escritas; pinta, retrata, danza, baila, escribe, crea y recrea. Surge cual invención sofisticada o bizarra (depende de la lente) y casi siempre desobedece al canon hegemónico que aprueba o que desaprueba su existencia. Es, por sobre todas las cosas, un maleficio de contradicciones desafiantes a cualquier transparencia realista. (Villamayor, 2014, p.52).

Conforme explica Villamayor (2014), las voces del habla popular hay que escucharlas, no retenerlas. A veces no expresan lo que deseamos y quizás, no siempre las entendamos inmediatamente. Sin embargo, en correspondencia con la autora, es interesante evidenciar cómo la comunicación constituye un proceso semiótico, es decir, capaz de interpretar los diversos sistemas de signos que posibilitan la interlocución entre los individuos, reconociendo la riqueza existente en su diferencia. Según Villamayor (2014), la comunicación en sí misma es significación; no obstante, esa interpretación no es suficiente para explicar los procesos emancipatorios y la variedad del habla popular articulada a un propósito colaborativo para favorecer el bien común.

De acuerdo con Mata (2011), hacer audible la palabra implicó que la comunicación popular fuera visibilizada y esa voz o habla popular cobró empoderamiento en los escenarios comunitarios y en las organizaciones sociales y afectó el lugar de los discursos públicos. En ese sentido, el cambio social se refuerza en la existencia de las prácticas comunicativas populares que se centran en la necesidad de mostrar las realidades sociales. Ahora bien, como manifiesta la autora, no se puede revelar la realidad y llamarla con propiedad cuando se despoja la palabra propia. Tampoco se puede ser propositivo cuando ni las instituciones educativas ni los estamentos políticos ni los medios de información masivos se encuentran en sintonía con esa apuesta en común y solo unos pocos son los que ofrecen argumentos y negocian. “Por eso la comunicación popular comprendió y permitió profundizar la articulación de la construcción del poder/de los poderes con la capacidad de establecer las reglas del comunicar” (Mata, 2011, p.16-17).

En ese orden de ideas, según Jiménez (2014), la comunicación popular comunitaria (CPC) surge de un planteamiento esencial: motivar miradas y acciones que sean propositivas al discurso dominante, logrando que la comunicación alternativa sea garante de los puntos de vista políticos de las comunidades y el territorio. Por esa razón, sostiene cómo la misión de la CPC básicamente es contribuir a formar una conciencia crítica en las comunidades y convertirse en una herramienta de defensa comunitaria para tener otras maneras de entender el contexto diferente a lo que muestran los medios masivos de información.

Seguidamente, es interesante evidenciar como ya no son ni las instituciones ni los profesionales distantes del territorio quienes van a las comunidades a proponer sino por el contrario, que son ellas quienes establecen sus propias necesidades en comunicación, sus agendas de interés y sus propios contenidos. “Esta capacidad de autogestión les permite protegerse de presiones externas y guiarse por las construcciones colectivas que surgen de los diálogos en comunidad” (Jiménez, 2014, p.189).

De acuerdo con Jiménez (2014), en Medellín la comunicación popular comunitaria se enfoca en promover procesos de intercomunicación y productos que ayuden a concientizar. Por ejemplo, el periódico comunitario *Visión 8* en la comuna 8, “Villa Hermosa en la ciudad”, es una muestra de cómo las comunidades pueden orientar políticamente los contenidos, y para ilustrar lo anterior tienen como brújula los derechos humanos. ¿Acaso esa determinación es una experiencia de cómo se pueden promover alternativas de resistencia al conflicto? Jiménez (2014) responde afirmativamente a esta interrogante, argumentando que los medios comunitarios, específicamente los periódicos, tienen la misión de reflejar a las comunidades como facilitadores de empoderamiento en los procesos sociales. Ahora bien, ¿para qué las agendas desde las comunidades? Jiménez (2014) explica que se trata de un eslabón primordial en la CPC porque privilegia la reconstrucción de la información del territorio desde abajo, es decir, a partir de las propias lecturas de la realidad de los habitantes: “Los medios se convierten en las plataformas principales para la difusión, circulación y reconocimiento de estas”. (Jiménez, 2014, p.193-194).

De igual forma, vale la pena resaltar que la elaboración de los informes comunitarios de derechos humanos y su divulgación en los medios comunitarios han incitado reflexiones de ciudad acerca de la manera como las comunidades piensan la seguridad y la convivencia en sus territorios, y Jiménez (2014) cita los casos de las comunas 6 (Doce de Octubre) y 8 (Villa Hermosa). ¿Cuál es el aporte de la comunicación a la construcción de opinión pública comunitaria?

Hay verdaderas estrategias de comunicación popular comunitaria cuando quienes conforman una colectividad construyen una identidad con un lenguaje de expresión y de transmisión de ideas que se concreta en un formato: un periódico, un canal comunitario, una emisora, una página web, o simplemente en un lugar que representa un espacio de encuentro para hablar (un cine-foro, un taller de comunicación o una charla de contexto sobre el problema del barrio). Y esos lugares y esos medios que se forman son los que constituyen la verdadera identidad en un grupo que va formándose a partir de ese reconocimiento y ese espacio de encuentro. (Jiménez, 2014, p. 196).

Hablando de identidad, Cerbino & Bellotti (2016) afirman que existe un vínculo fuerte entre lo comunitario con el entorno social y territorial. Eso representa que hay un efecto de lo comunitario en los métodos de definición de la agenda y de la creación de contenido. Por esa razón, la relación con el medio social y territorial se traslada en una definición de la agenda aferrada a lo territorial, es decir a los asuntos culturales, políticos y sociales. En consecuencia, los ciudadanos se convierten en sujetos de derecho en el ámbito de la comunicación pública.

Para Garcés & Jiménez (2016) la comunicación comunitaria camina distante de las organizaciones o medios masivos de información e incluso al margen de la intervención del Estado. De hecho, plantean que el reto de la ciudadanía no es solo gestionar sus propios contenidos sino su autofinanciación donde no reciban donativos públicos ni colaboración publicitaria para que sean congruentes con la premisa de medios que no responden a una estructura comercial.

En el mismo sentido, la visión crítica de la comunicación planteada invita a recobrar el saber vivido y, como expresa Mata (2011), aprovechar las herramientas tecnológicas de la actualidad para potenciar el conocimiento oportuno y situado que fortalezca la voz ciudadana, sus luchas e ideas. Además, esas herramientas deben contribuir para concretar la sinergia de la comunicación popular como oportunidad para el ejercicio de participación.

3. MÉTODO

La presente investigación, al proponerse analizar la experiencia histórica de creación y funcionamiento del periódico *Mi Comuna 2* como medio de comunicación comunitaria, contempló dos objetivos específicos, de carácter procedimental, que operaron a modo de brújula para el delineamiento de corte cualitativo.

El primero de ellos consistió en *describir* las prácticas comunicacionales de *Mi Comuna 2* como medio de comunicación comunitaria, razón por la cual, desde el punto de vista metodológico, se utilizó la entrevista semiestructurada y el grupo focal como técnicas que permitieron la obtención de datos a partir de los protagonistas que desarrollan dichas prácticas. En total fueron realizadas 6 entrevistas y 2 grupos focales, cuyos resultados fueron transcritos y sometidos a un análisis de contenido categorial (Bardin, 2011).

En relación con el segundo objetivo específico, es decir, el que se enfoca en la necesidad de *identificar* la existencia de una posible representación social del periódico *Mi Comuna 2* por parte de los habitantes del territorio donde se distribuye, fue efectuado un ejercicio de evocaciones libres con 104 participantes del entorno, a partir del cual se realizó: i) un análisis prototípico para identificar, utilizando el programa *Iramuteq*, el posible núcleo central de la representación social que esos participantes han construido sobre el periódico, y ii) un análisis de similitud, que evidencia las relaciones entre las ideas o cognemas que fueron libremente evocados.

3.1 Contextualización del periódico *Mi Comuna 2*

En el documento de Rendición de Cuentas a la Ciudadanía para la Comuna 2 - Santa Cruz (RCC, 2013), elaborado por la Alcaldía de Medellín, se evidencia que la comuna ubicada en la zona nororiental, con una extensión de 21.952 Km², es la más poblada de la ciudad debido

a que posee una densidad de 502 personas por hectárea, con 110.202 habitantes, de los cuales el 52.93% son mujeres y el 47.06% son hombres, representando así el 4.58% de la población total de la ciudad.

Ahora bien, el documento de RCC (2013) muestra que en este sector de la ciudad los espacios de participación, recreación y cultura son reducidos, razón por la cual algunos de sus habitantes han desarrollado estrategias para crear medios de comunicación que fomentan la participación e integración ciudadana; de ahí que cuente con dos periódicos editados mensualmente con un tiraje de 26.000 ejemplares, apoyados con recursos públicos del Programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo del Municipio de Medellín. También posee medios como la emisora comunitaria y procesos audiovisuales autogestionarios.

Según el RCC (2013), ser la comuna de Medellín con menos espacios públicos y más densamente poblada influye en la forma como se relacionan los habitantes, porque implica que deben buscar estrategias que permitan el encuentro más allá de lo físico, propiciando espacios de reunión para que se agrupen alrededor de acciones culturales.

Es importante anotar que esta zona de Medellín cuenta con 13 instituciones educativas públicas, algunas de ellas con secciones de educación primaria. De acuerdo con la RCC (2013), en la comuna 2- Santa Cruz, 17.083 personas no tienen ningún nivel educativo, 24.596 niños están en guardería y preescolar, 30.437 han terminado la primaria, 13.456 personas han cursado secundaria, 18.392 personas han alcanzado la media técnica, 3.716 son técnicos o tecnólogos y 1.090 profesionales; de estos últimos, según el PDL, son pocos los que realizan un posgrado. De toda la población que es mayor de 15 años, 2.908 no saben leer ni escribir, por ello, se concluye que las gestiones que realiza el gobierno son aún insuficientes (RCC, 2013).

Por otro lado, al interior de las instituciones educativas existen procesos de comunicación escolar como periódicos, emisoras y murales, donde grupos de estudiantes se unen para brindar entretenimiento a sus compañeros e información relevante para ellos; del

total de las instituciones educativas, solo tres cuentan con un proceso apoyado por los directivos del plantel, según la Rendición de Cuentas a la Ciudadanía (2013).

En el marco de ese contexto aparece el periódico *Mi Comuna 2* como un medio de comunicación de la Comuna 2 – Santa Cruz, fundado en noviembre de 2008 como una apuesta de algunos líderes sociales, que a través del Programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo priorizaron recursos con el objetivo de iniciar un medio de comunicación comunitario que informara sobre el acontecer y las dinámicas sociales de esta zona de la ciudad, según datos suministrados por la Corporación Mi Comuna (CMC, 2016).

Para el desarrollo de este medio de comunicación se requería una corporación que estuviera ubicada dentro de la comuna, y que además cumpliera con unos requisitos específicos. Por esa razón, el proceso de selección se inició con una licitación abierta que se realizó en toda la Comuna 2, y al no hallarse la corporación requerida, el 27 de febrero de 2009 se constituyó una nueva corporación llamada *Mi Comuna*, que sería la encargada de realizar el periódico comunitario. La constitución de esta figura organizativa estuvo a cargo de 18 habitantes del sector que participaron de un diplomado en medios impresos, realizado gracias a un convenio entre la Universidad de Antioquia y la Alcaldía de Medellín, con recursos asignados por el Programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo; estas personas, además de ser los integrantes de la corporación, también se convirtieron en los reporteros del periódico *Mi Comuna 2*, el cual hizo su primera publicación en octubre de 2008 bajo la asesoría de la Corporación Comunicando Sentidos, de acuerdo con la CMC (2016).

3.2 Análisis de contenido

En la presente investigación se utilizó la entrevista semiestructurada con la intención comunicativa de generar un espacio de conversación alrededor de un tema o foco de interés de acuerdo con la persona entrevistada; en total, se seleccionaron seis entrevistas dada su

profundidad y calidad. Previo a cada encuentro se elaboró una guía para establecer los temas que podían fluir durante el diálogo y recoger la experiencia de los personajes claves en el periódico *Mi Comuna 2*.

Cabe resaltar la importancia que tiene la entrevista semiestructurada en este proceso, debido a que representó el contacto más significativo con los entrevistados. En ese orden de ideas, es necesario mencionar tres tipos de factores que fueron considerados para propiciar una conversación funcional y pertinente:

Para diseñar la guía de tópicos de una entrevista cualitativa semiestructurada es necesario tomar en cuenta aspectos prácticos, éticos y teóricos. Prácticos respecto a que debe buscarse que la entrevista capte y mantenga la atención y motivación del participante y que lo haga sentirse cómodo al conversar sobre la temática. Éticos respecto a que el investigador debe reflexionar las posibles consecuencias que tendría que el participante hable sobre ciertos aspectos del tema. Y teóricos en cuanto a que la guía de entrevista tiene la finalidad de obtener la información necesaria para comprender de manera completa y profunda el fenómeno del estudio (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, pág. 424).

Es interesante determinar cómo lo práctico, lo ético y lo teórico constituyen mecanismos íntimos del diseño de una entrevista semiestructurada. En ese orden de ideas, podría afirmarse que lo práctico y lo teórico están asociados a la técnica misma de la formalidad investigativa; no obstante, la dimensión ética hace alusión, sin lugar a dudas, al carácter del investigador. En una investigación como esta, el ámbito ético resulta concluyente, debido a que los entrevistados debían percibir un ambiente respetuoso y confiable que les permitiera describir sin prevenciones sus propias prácticas comunicativas, despojados de cualquier prejuicio por parte de la investigadora, a quien no podían percibir como interventora del saber popular que habría de evidenciarse en las conversaciones con los jóvenes y/o líderes participantes.

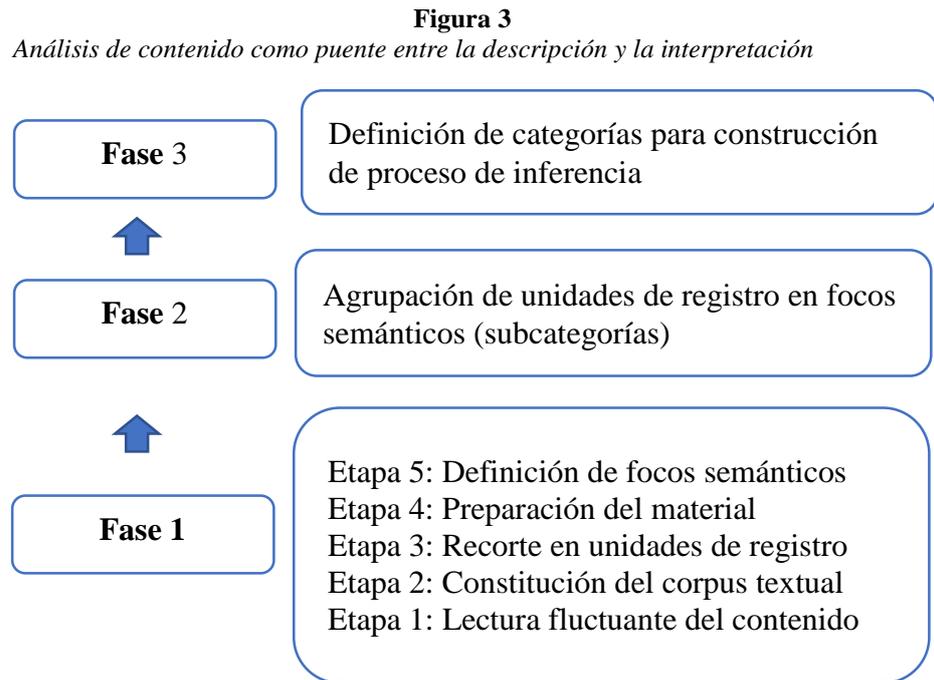
La segunda técnica utilizada para la realización del análisis de contenido fue el grupo focal o la discusión, cuyo objeto es situar la dinámica grupal en el centro de la observación como oportunidad de construcción colectiva de significados.

En efecto, el propósito de esta técnica investigativa radica en la conformación de grupos de personas que se reúnen para desarrollar puntos de discusión en función de planteamientos o posturas que responden a un problema investigativo o preguntas relacionadas. Por ello, el grupo focal se diferencia de la entrevista en tanto que en la última el sentido se encuentra en la producción discursiva individual; por el contrario, en la técnica grupal, el eje orientador es la interacción que se desarrolla entre los participantes.

Este estudio concibió la realización de dos grupos focales con el propósito de integrar los aportes de cada uno de los 5 jóvenes fundadores o partícipes en el proceso de creación y consolidación del periódico *Mi Comuna 2*, para enriquecer la investigación con sus puntos de vista y perspectivas. Desde lo metodológico, gracias a los grupos focales, fue posible la aproximación a la experiencia histórica y sociocultural del periódico por medio de la interacción discursiva con los participantes.

Ahora bien, el producto tanto de las entrevistas como de los grupos focales se transcribió con el propósito de hacer un análisis de contenido. En una primera etapa, se realizó una lectura fluctuante de las entrevistas y de las intervenciones realizadas por los participantes. Como muestra la Figura 3, luego se procedió a construir el *corpus* del contenido (etapa 2), transcribiendo en un solo archivo de *Word* tanto lo *dicho* por los participantes en las entrevistas y en los grupos focales, como lo *escrito* por ellos durante la aplicación de la técnica grupal, dejando de lado las preguntas y comentarios de la investigadora.

En la tercera etapa se hizo un recorte en unidades de registro, segmentando el texto en frases con sentido completo. Es importante precisar que, en términos semánticos, cada frase o lexía dice algo concreto, comprensible, que se puede extraer del texto y continúa conservando su sentido inicial (Mucci, 2006): se trata, por lo general, de una oración con un sujeto y un predicado.

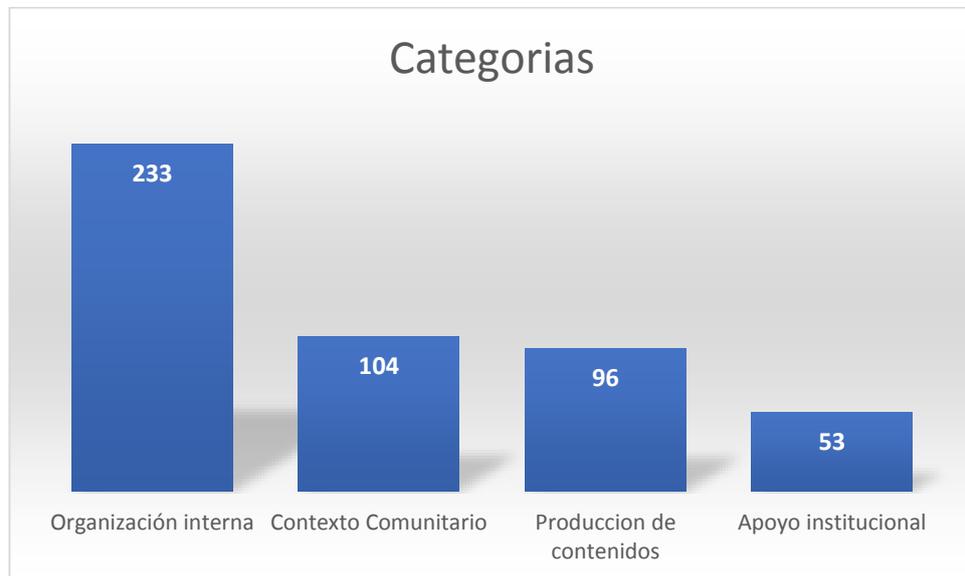


Fuente: Bardin (2011); Echeverri, Wolter & Peixoto, 2019

En la cuarta etapa se hizo una preparación del material en *Excel* que consistió en crear una planilla con los siguientes datos: código, unidad de registro, subcategoría y categoría. A partir de la lectura de las unidades de registro, se procedió a definir subcategorías de agrupación (etapa 5), que optamos por denominar *focos semánticos*, de forma tal que fuese posible pasar a la segunda fase del análisis de contenido, que consistió en agrupar las unidades de registro en 51 subcategorías o focos semánticos, permitiendo su cuantificación y creando una lógica de análisis-inferencia como propone Bardin (2011), que es la fase final del ejercicio.

En esa fase final aparecieron cuatro categorías de análisis cuya relevancia está dada por el número de unidades de registro que agrupan. Como muestra la Figura 4, dichas categorías fueron en su orden: i) organización interna, ii) contexto comunitario, iii) producción de contenidos y iv) apoyo institucional.

Figura 4
Análisis de contenido categorial Mi Comuna 2.



Fuente: Datos de la investigación

Haber segmentado lo dicho y escrito por los participantes de las entrevistas y grupos focales en 490 unidades de registro y haber agrupado esos contenidos inicialmente en 51 subcategorías o focos semánticos y luego en cuatro grandes categorías de análisis, nos permitió realizar un proceso de inferencia como punto medio entre la *descripción* propia de quien va a campo y recolecta datos con los participantes y el *análisis*, como ejercicio posterior (Bardin, 2011). De alguna manera, el análisis de contenido, como fue aplicado en la presente investigación, permitió identificar pistas relacionadas con la forma como el periódico *Mi Comuna 2* se creó y fue consolidándose históricamente, y la cuantificación de las unidades de registro funcionó como termómetro de la frecuencia con que esas pistas estaban presentes en el discurso hablado y escrito de los participantes. Centrémonos, a continuación, en los resultados del análisis construido a partir de las cuatro grandes categorías identificadas:

3.2.1 Categoría 1: Organización interna

La Categoría 1, que hemos denominado *Organización interna*, fue la que mayor número de unidades de registro presentó (233 en total). Agrupó los focos semánticos relacionados con la creación del periódico comunitario y las dinámicas de formación de los participantes del proceso. En este orden de ideas, la categoría reunió un componente histórico que contempló aspectos como las apuestas éticas, cómo surgió el periódico desde el periodismo empírico, los saberes populares, y su inquietud constante por determinar una sostenibilidad social, institucional y económica, entre otras motivaciones. Al ser la categoría con mayor número de unidades de registro, como muestra la Tabla 3, se evidencia mayor concentración de estas en seis focos semánticos principales. El que denominamos **autoevaluación** (38 unidades de registro) corresponde a unidades de registro recurrentes, tanto en las entrevistas como en los grupos focales, en las que se alude a sus posturas críticas con la ejecución y continua reflexión sobre su proceso como miembros de la Corporación.

Otro elemento que vale la pena destacar, en el marco de *la Organización interna* como categoría, es el relacionado con **la transparencia en el manejo del dinero público** que entra por destinación del Programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo, una subcategoría muy relevante (28 unidades de registro), que nos lleva a inferir la inquietud por parte de los integrantes de la Corporación de no hacer un uso indebido de los dineros que la comunidad prioriza para fortalecer las comunicaciones en el territorio a través de la prensa escrita como medio de información. Ahora bien, en las entrevistas prevalece el reconocimiento por parte de los primeros fundadores de la trascendencia del Diplomado en Medios Impresos que ofreció la Alcaldía de Medellín en el año 2009 en el Centro Barrial La Rosa, también con recursos de Presupuesto Participativo, contexto donde se inició la formación de 18 líderes aproximadamente y que se convirtió en el espacio para el surgimiento del periódico y la

Corporación; asimismo, representó el escenario para aprender haciendo comunicación comunitaria.

Tabla 3
Construcción categoría Organización interna

| Categoría | Subcategorías o focos semánticos | Unidades de registro |
|----------------------|---|-----------------------------|
| Organización interna | Autoevaluación | 38 |
| | Transparencia con el manejo del dinero público | 28 |
| | Sistematización de experiencias | 22 |
| | Saber popular | 16 |
| | Sostenibilidad económica | 12 |
| | Sostenibilidad institucional | 10 |
| | Sostenibilidad social | 9 |
| | Ciencia tradicional | 9 |
| | Autores de sistematización | 8 |
| | Educación popular | 7 |
| | Apuestas éticas | 6 |
| | Autocrítica e introspección al proceso | 6 |
| | Periodismo empírico | 6 |
| | Proceso de formación | 6 |
| | Participación de jóvenes con afinidad en periodismo | 6 |
| | Posición ética | 5 |
| | Participación y política | 5 |
| | Visión de futuro | 5 |
| | Comunicación interna | 4 |
| | Cambio de sedes | 4 |
| | Desgaste de recursos propios | 4 |
| | Separación entre el periódico y la corporación | 3 |
| | Independencia económica | 3 |
| | Participación en premios de periodismo | 3 |
| | Educación tradicional | 2 |
| | Estudiantes en formación | 2 |
| Proceso comunitario | 2 | |
| Beneficio económico | 2 | |

Fuente: Datos de la investigación

La subcategoría de **sistematización de experiencias** (22 unidades de registro) se refiere a la decisión inicial de los grupos focales de recoger la experiencia de creación y consolidación del periódico comunitario, considerado por los participantes del proceso como la columna vertebral de la Corporación. La intención comunicativa tenía la pretensión de un trabajo colaborativo junto con la investigadora de propiciar la sistematización de la experiencia y plasmarla en una edición especial del periódico con un enfoque de memoria y como trabajo de escritura conjunta, que fuera recogiendo la historia del proceso con un énfasis periodístico y

con reciprocidad para la comunidad. Es fundamental aclarar que hubo escritura colaborativa y un intento por iniciar la sistematización; no obstante, por condiciones logísticas, se debió centrar el proceso de investigación en el análisis de la experiencia histórica de creación y funcionamiento del periódico *Mi Comuna 2* como medio de comunicación comunitaria.

El foco semántico **saber popular** (16 unidades de registro) surge en cuarto lugar porque en las declaraciones de los participantes aparece siempre el concepto de comunidad y comunicación distinto al de información. Además, se muestra el valor de los saberes previos, reconociendo en lo empírico otro abordaje posible del conocimiento: existe un interés por validar con la academia los saberes que se construyen de forma colaborativa en el territorio. En ese orden de ideas, en las entrevistas y grupos focales fue recurrente escuchar que muchos de ellos iniciaron el proceso en el periodismo comunitario de manera fortuita y experimental. Posteriormente, fueron recibiendo formación y estableciendo sus propias posturas críticas en espacios de discusión para resignificar que, por ejemplo, en los mismos habitantes de los once barrios que integran la Comuna 2 se podían encontrar propuestas de temas o historias para las páginas del periódico comunitario, infiriéndose, de esa manera, el reconocimiento que el periódico le concede a esos saberes populares.

Con 12 unidades de registro se visualiza la **sostenibilidad económica**. En primera instancia existe una preocupación notoria en las entrevistas por generar otras maneras de financiación distintas a la priorización de recursos del Programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo y centrar sus gestiones en la obtención de pauta publicitaria, la venta de productos audiovisuales y servicios comunicacionales brindados por los mismos integrantes de la Corporación por medio de un portafolio, que muestre lo que pueden realizar, recibiendo una remuneración por ello que sustente su propia nómina y contribuya al sostenimiento de la misma sede.

Finalmente, el sexto foco semántico se concentra en lo que denominamos **sostenibilidad institucional** (10 unidades de registro) que, de acuerdo con las declaraciones de los participantes, evidencia el interés por establecer una base social en la cual ellos como mediadores que facilitan procesos no sean indispensables y puedan dejar capacidad instalada en el territorio; por ejemplo, a través, de la estrategia de periodistas comunitarios que permite que otros jóvenes se puedan formar y participar en la gestión de contenidos del periódico *Mi Comuna 2*.

3.2.2 Categoría 2: Contexto comunitario

La Categoría 2, definida como *Contexto comunitario*, evidenció los focos semánticos relacionados con la base social de la organización, mostrando la incidencia del liderazgo anclado en la gestión comunitaria y la trascendencia de reconocer el propio contexto para proponer prácticas comunicativas consecuentes con las propias necesidades del territorio. Por esa razón, **el surgimiento de liderazgo con trabajo comunitario** es una subcategoría que se destaca (25 unidades de registro), lo cual demuestra la prevalencia de la toma de decisiones desde la concertación y bajo una estructura organizacional que rompe con el paradigma de lo jerárquico: por el contrario, reconoce el liderazgo como la opción de delegar y construir de forma conjunta aportando a la misión comunitaria. De igual forma, en las declaraciones se puede deducir que existía una relación antagónica con liderazgos de vieja guardia, que solo deseaban mostrar en sus medios comunitarios sus intereses individuales y de instituciones aliadas, sin mostrar las necesidades y sin preguntarles a los habitantes del territorio cuáles eran los hechos periodísticos relevantes para incluir en la agenda temática. Por ello, el periódico *Mi Comuna 2* se propuso potenciar el trabajo con y para la comunidad, según lo acotado por los participantes en las entrevistas.

Tabla 4
Construcción categoría Contexto comunitario

| Categoría | Subcategorías o focos semánticos | Unidades de registro |
|----------------------|--|-----------------------------|
| Contexto comunitario | Surgimiento de liderazgo con trabajo comunitario | 25 |
| | Reconocimiento del contexto | 14 |
| | Acciones organizadas | 11 |
| | Ataques y rivalidad entre los líderes | 11 |
| | Involucramiento de la comunidad | 11 |
| | Compromiso comunitario | 9 |
| | Necesidades de la comunidad | 8 |
| | Crítica de la comunidad | 7 |
| | Paradigmas de la comunicación comunitaria | 6 |
| | Trabajo colaborativo | 1 |
| | Apoyo comunitario | 1 |

Fuente: Datos de la investigación

Es por esa razón que la subcategoría **reconocimiento del contexto** presenta 14 unidades de registro, estableciendo y validando que la categoría 2 enfocada en el contexto comunitario es pertinente porque reivindica el valor de identificar el propio entorno y sus realidades, como lo afirman los fundadores del periódico en las entrevistas, haciendo propuestas que respondan a las necesidades del territorio y no desde la distancia o ignorando la propia realidad.

Es interesante inferir por qué subcategorías como por ejemplo, **acciones organizadas, ataques y rivalidades entre los líderes e involucramiento de la comunidad** cuentan con 11 unidades de registro. Según las declaraciones de uno de los ediles de la Comuna 2- Santa Cruz, la manera en la que se propone el periódico *Mi Comuna 2* surge como una acción organizada que busca la consolidación de un medio impreso que posibilite la apropiación de la comunidad y su participación. El edil manifiesta que antes la comunidad no sabía qué era un Plan de Desarrollo o un Plan de Ordenamiento Territorial y que, gracias al periódico, ese tipo de información fue publicada. No obstante, esa iniciativa por responder al contexto comunitario provocó confrontaciones en lugares públicos como las asambleas barriales o los espacios de

rendición de cuentas o priorización de recursos, especialmente entre otros líderes interesados en evidenciar solo las gestiones de las Juntas de Acción Local.

3.2.3 Categoría 3: Producción de contenidos

La Categoría 3, definida como *Producción de contenidos*, aglutinó los focos semánticos referentes a la gestión de los contenidos, cómo el periódico se convirtió en la columna vertebral para la Corporación y cómo a partir de ello comenzaron a fluir varias iniciativas para convocar a los propios habitantes de los barrios de la Comuna 2 a participar en la construcción de la agenda periodística del medio. Como muestra la Tabla 5, en la producción de contenidos se puede destacar el foco semántico definido como **el periódico como precursor de procesos** (32 unidades de registro) debido a que, según los participantes de la investigación, existen tres logros en la forma de hacer comunicación comunitaria: i) la participación de la gente y la apropiación que tienen del medio, ii) el aumento de periodistas comunitarios y iii) la sensibilidad que este equipo tiene sobre las historias de la gente. Se puede inferir en las declaraciones cómo *Mi Comuna 2* ha sido el medio a través del cual la comunidad empezó a entender los procesos de participación que se gestan en el escenario público de una ciudad como Medellín. Con lo anterior, según los participantes, se evidencia el primer beneficio, relacionado con la forma como la gente se siente cercana a un medio de comunicación y es partícipe en la construcción de su agenda periodística: las personas se reconocen y sienten como propio el periódico *Mi Comuna 2*, lo critican y brindan sus aportes sobre cómo debería ser. Agregan que esto se refleja cuando ven al equipo distribuidor y se acercan a él solicitando el periódico; en ese momento lo abren y empiezan a buscar e identificar a los vecinos o conocidos que salen en el medio.

El segundo logro destacable es el aumento de periodistas comunitarios, ascendiendo a un poco más de 20 personas que cada viernes se encuentran para “pensarse” el medio y la comunicación comunitaria. Las personas se sienten atraídas por el espacio porque allí confluyen pensamientos e ideas diversas; además, les llama la atención la posibilidad de contar las historias del barrio. Ligado al logro de los periodistas comunitarios, se encuentra el tercer elemento, es decir, la sensibilidad que se crea en los periodistas comunitarios con la estrategia de *Día Naranja*, un ejercicio mensual de planeación periodística comunitaria: a diferencia de los medios privados que informan, los medios comunitarios deben comunicar, es decir, interlocutar con las personas que ya no son receptoras, sino que trascienden ese esquema unidireccional para ser constructoras del medio. Esta sensibilidad es fundamental porque la escucha es importante para contar las historias comunitarias. Concluye Faber Gómez: “empezó a llegar a la comunidad un sinnúmero de información que la gente en su cotidianidad ni se le ocurría, porque eso no lo publica *El Colombiano*, *El Mundo*, *El Tiempo* o *El Espectador*, porque ellos tienen otra intención totalmente diferente (...) fue ahí cuando dijimos esto es de la comunidad y para la comunidad”.

Es importante aclarar que tanto las subcategorías o focos semánticos 2, 3 y 4 que aparecen en la Tabla 5 corresponden al *Día Naranja*. Ahora bien, el foco semántico **gestión de contenidos** (20 unidades de registro) corrobora el interés por recoger en la propuesta del *Día Naranja* un mecanismo de participación para los habitantes del territorio a través de actividades como la apreciación fotográfica, el dibujo creativo, el mural de ideas, la promoción de la literatura y la escritura creativa: es en ese espacio donde a las personas se les ofrece la posibilidad de compartir sus pensamientos, inquietudes, comentarios, críticas y propuestas sobre los posibles temas informativos que serán publicados en el medio impreso *Mi Comuna 2*. En ese orden de ideas, relatan también que esta apuesta surgió a partir de un diagnóstico realizado para el Plan de Comunicaciones en el año 2014, elaborado con el objetivo de generar

propuestas que motivaran la participación comunitaria. Se puede inferir que el desconocimiento sobre el significado del término “comité editorial” fue uno de los mayores obstáculos para que la gente no participara en el periódico *Mi Comuna 2* según recuerdan los entrevistados.

Tabla 5
Construcción categoría Producción de contenidos

| Categoría | Subcategorías o focos semánticos | Unidades de registro |
|--------------------------|---|-----------------------------|
| Producción de contenidos | El periódico como precursor de procesos | 32 |
| | Gestión de contenidos | 20 |
| | Puntos de giro en el periódico | 15 |
| | Estrategias para mejorar el periódico | 10 |
| | Circulación de ejemplares constantes | 9 |
| | Finalidad del periódico | 5 |
| | Distribución y comercialización del periódico | 3 |
| | Apoyo institucional | 1 |
| | Participación en premios de periodismo | 1 |

Fuente: Datos de la investigación

Finalmente, la subcategoría **puntos de giro del periódico**, con 15 unidades de registro, ratifica cómo el *Día Naranja* representó un cambio significativo como estrategia de comunicación capaz de permitir la participación de los habitantes del barrio en las propuestas de contenidos para medio impreso *Mi Comuna 2*.

3.2.4 Categoría 4: Apoyo institucional

Bajo la categoría *Apoyo institucional* se agrupan los focos semánticos relacionados con la forma como el periódico se relaciona con las entidades que contribuyen o de las depende su sostenibilidad, así como iniciativas de alianzas estratégicas para facilitar la realización de sus prácticas comunicacionales. Como muestra la Tabla 6, se destaca, en primer lugar, la subcategoría **pauta publicitaria**, con 21 unidades de registro, y **alianzas estratégicas**, con 13 unidades de registro, demostrando cómo esas dos alternativas han sido una constante para

garantizar la solvencia económica y que sea viable la ejecución del periódico comunitario. Ahora bien, en las entrevistas se expresa el interés por establecer una gestión independiente de los recursos y en esa medida no depender de las voluntades de la Alcaldía de turno, sino poseer otras opciones para la generación de sus propios recursos, en aras de garantizar la permanencia y vigencia de su apuesta comunitaria. En las declaraciones de los participantes se evidencia un interés por aprovechar las alianzas estratégicas incentivando, por ejemplo, el trueque de conocimientos o servicios de comunicación, para de esa manera propiciar la sostenibilidad social e institucional y el fortalecimiento de la capacidad instalada.

Tabla 6
Construcción categoría Apoyo institucional

| Categoría | Subcategorías o focos semánticos | Unidades de registro |
|---------------------|---|-----------------------------|
| Apoyo institucional | Pauta publicitaria | 21 |
| | Alianzas estratégicas | 13 |
| | Diferencia de intereses | 8 |
| | Desconocimiento proselitismo electoral | 7 |
| | Diferenciación entre presupuesto participativo y el proceso del periódico | 3 |
| | Dependencia a presupuesto participativo | 1 |
| | Puntos de giro en el periódico | 1 |

Fuente: Datos de la investigación

3.3 Análisis prototípico y análisis de similitud

Como lo explicamos al inicio del presente capítulo, el análisis de contenido de las seis entrevistas y los dos grupos focales correspondió a una primera fase de la investigación, cuyo objetivo específico fue *describir* las prácticas comunicacionales de *Mi Comuna 2* como medio de comunicación comunitaria.

Una vez alcanzado ese objetivo, se tomó la decisión de regresar a campo con el propósito de realizar un ejercicio con una muestra aleatoria de lectores (y no lectores también) del periódico comunitario, que nos diera pistas sobre la forma como el medio es socialmente percibido. Optamos por acompañar su procedimiento de entrega en los barrios Andalucía y

Villa del Socorro, aplicando una técnica de asociación libre de palabras (TALP) con las personas a las que se les entregaba el periódico impreso.

Con la aplicación de esa técnica exploratoria, ampliamente utilizada en el campo del estudio de las representaciones sociales, específicamente en lo que se denomina abordaje estructural (Oliveira *et al*, 2005; Gomes & Oliveira, 2007; Wachelke & Wolter, 2011; Echeverri & Andrade, 2016), nos propusimos dar cumplimiento al segundo objetivo operacional de la presente investigación, el cual es *identificar* la existencia de una posible representación social del periódico *Mi Comuna 2* por parte de los habitantes del territorio donde se distribuye. En otras palabras, descubrir si en torno del periódico comunitario que estamos analizando existen ideas socialmente elaboradas y compartidas relacionadas con las prácticas de lectura.

La TALP se ejecuta generalmente a través de un cuestionario impreso que el participante diligencia individualmente o, como fue en este caso, por medio de una pregunta directa que el investigador le hace al participante, solicitándole que diga las tres primeras palabras o frases que le vienen a la mente cuando escucha (o ve) determinado concepto, que técnicamente se denomina término inductor. La pregunta formulada en el marco del presente ejercicio exploratorio alrededor de *Mi Comuna 2* como término inductor fue: ¿cuáles son las tres primeras palabras o frases que vienen a su mente cuando ve este periódico?

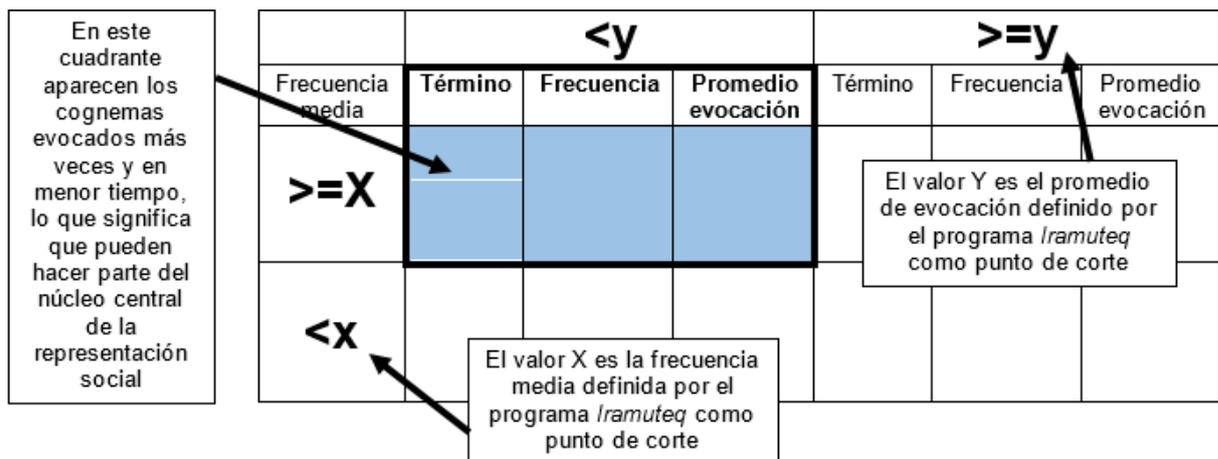
Los estudios desarrollados a partir de la década del 70, una vez formulada la teoría del núcleo central expuesta en el capítulo 1 de la presente tesis (Abric, 1994; Sá, 2015), señalan que cuando una idea (un cognema) es más frecuentemente citada y más rápidamente recordada, es más probable que haga parte del núcleo central de una representación social, es decir, del sistema más estable de ese conocimiento socialmente construido y presente en el sentido común, en las interacciones cotidianas, en las conversaciones del día a día. Cuando hacemos alusión a “frecuentemente citada”, nos estamos refiriendo a la cantidad de veces que la idea es evocada y cuando aludimos a “rápidamente recordada”, estamos teniendo en cuenta si fue referida por el participante en primero, segundo o tercer lugar. Algunas investigaciones trabajan con hasta cinco y siete evocaciones; sin embargo, en nuestro caso fueron solo tres, atendiendo al criterio de trabajar con menor cantidad para facilitar el trabajo cognitivo de los participantes.

Luego de tabular las respuestas de los participantes se realiza un procedimiento llamado lematización o definición de términos-raíz que agrupan ideas similares desde el punto de vista morfológico e incluso semántico, de modo que se pueda cuantificar su frecuencia. En el presente ejercicio, por ejemplo, ideas como “*habla_del_barrio*”, “*enterarse_de_lo_que_está_pasando_en_el_barrio*” o “*cosas_sobre_el_barrio*” fueron lematizadas a partir del cognema “*información_barrio*”.

Posteriormente, se utiliza el programa *Iramuteq* (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*) para procesar los cognemas lematizados². El programa calcula la frecuencia de cada idea evocada por los participantes, así como un promedio de evocación (lo que fue recordado en primero, segundo y tercer lugar) y establece un punto de corte para ambos criterios, para presentar al final una tabla denominada “cuadro de las cuatro casas” o análisis prototípico.

Dicho cuadro, a modo de plano cartesiano, presenta cuatro cuadrantes (ver Figura 5). En el cuadrante superior izquierdo aparecen los términos con frecuencia alta y menor promedio de asociación, es decir, probables candidatos al núcleo central de la representación social del objeto abordado (el periódico *Mi Comuna 2* en este caso). En el cuadrante superior derecho, llamado técnicamente primera periferia, aparecen elementos frecuentes pero con un promedio de asociación mayor. En el cuadrante inferior izquierdo (zona de contraste) aparecen ideas con una frecuencia baja y con un promedio de asociación alto. Y, finalmente, en el cuadrante inferior derecho o segunda periferia aparecen términos con frecuencia baja y promedio de asociación alto.

Figura 5
Análisis prototípico realizado por el programa *Iramuteq*



Fuente: Echeverri & Andrade, 2016

² Es importante recordar que existen otros programas que también realizan ese procedimiento (el EVOC, por ejemplo) y que también es posible calcularlo manualmente utilizando una plantilla de Excel.

Además de realizar el análisis prototípico, el programa *Iramuteq* también permite efectuar otro tipo de análisis como el de similitud, que evidencia gráficamente, a través de índices probabilísticos como el de *Jaccard* (Ramos & Vargas, 1996), la forma como se relacionan e intersectan diferentes conjuntos de palabras, sugiriendo pistas de análisis para el investigador interesado en explicar cómo se forma y circula el pensamiento social.

En el caso específico de la presente investigación fueron entrevistadas 104 personas (56 mujeres y 48 hombres), con un promedio de edad de 48,5 años y con el perfil de escolaridad que muestra la Tabla 7. De acuerdo con la literatura, este tipo de ejercicios exploratorios no debe realizarse con grupos pequeños de participantes, porque no favorece el establecimiento de un punto de corte; se recomienda ser realizado con grupos mayores de 100 personas, razón por la cual optamos por seguir dicho criterio.

Tabla 7
Perfil de escolaridad de participantes TALP

| Escolaridad | Participantes |
|------------------------------------|----------------------|
| Primaria incompleta | 27 |
| Primaria completa | 12 |
| Bachillerato incompleto | 22 |
| Bachillerato completo | 24 |
| Formación técnica | 15 |
| Formación universitaria incompleta | 2 |
| Formación universitaria completa | 1 |
| Sin información | 1 |
| TOTAL | 104 |

Fuente: Datos de la investigación

En total fueron recolectadas 94 evocaciones diferentes. Una vez realizado el proceso de lematización, el programa *Iramuteq* estableció automáticamente un punto de corte de 6.85 para la frecuencia y de 1.91 para el promedio de asociación, como muestra la Tabla 8. En el núcleo central aparecen cuatro cognemas: *Información_barrio*, con la mayor frecuencia (49 veces evocado) y uno de los promedios de asociación más bajos (1.7); *Buen_producto*, con una frecuencia de 20 y un promedio de asociación de 1.9; *Información_comuna*, con una frecuencia y un promedio de asociación de 16 y 1.6, respectivamente; e *Informativo*, con una frecuencia de 14 y 1.6 de promedio de asociación.

En la primera periferia aparecen siete cognemas: *Actualidad_noticiosa*; *Proyectos*; *Reconocerse_en_el_medio*; *Importante*; *Interesante*; *Voz_de_la_gente*; y *Realidad_barrios*. En la zona de contraste, correspondiente al cuadrante inferior izquierdo, aparecieron los cognemas *Información_parques*; *Me_gusta_leerlo*; *Preocupación_barrio*; *No_lo_he_leído*;

Para_compartir; *Vida_cotidiana*; y *No_interesante*. Finalmente, en la segunda periferia, donde aparecen los contenidos más inestables o cambiantes de la representación social, aparecen 15 términos entre los que sobresalen *Comunitario* y *Necesidades_comunidad*.

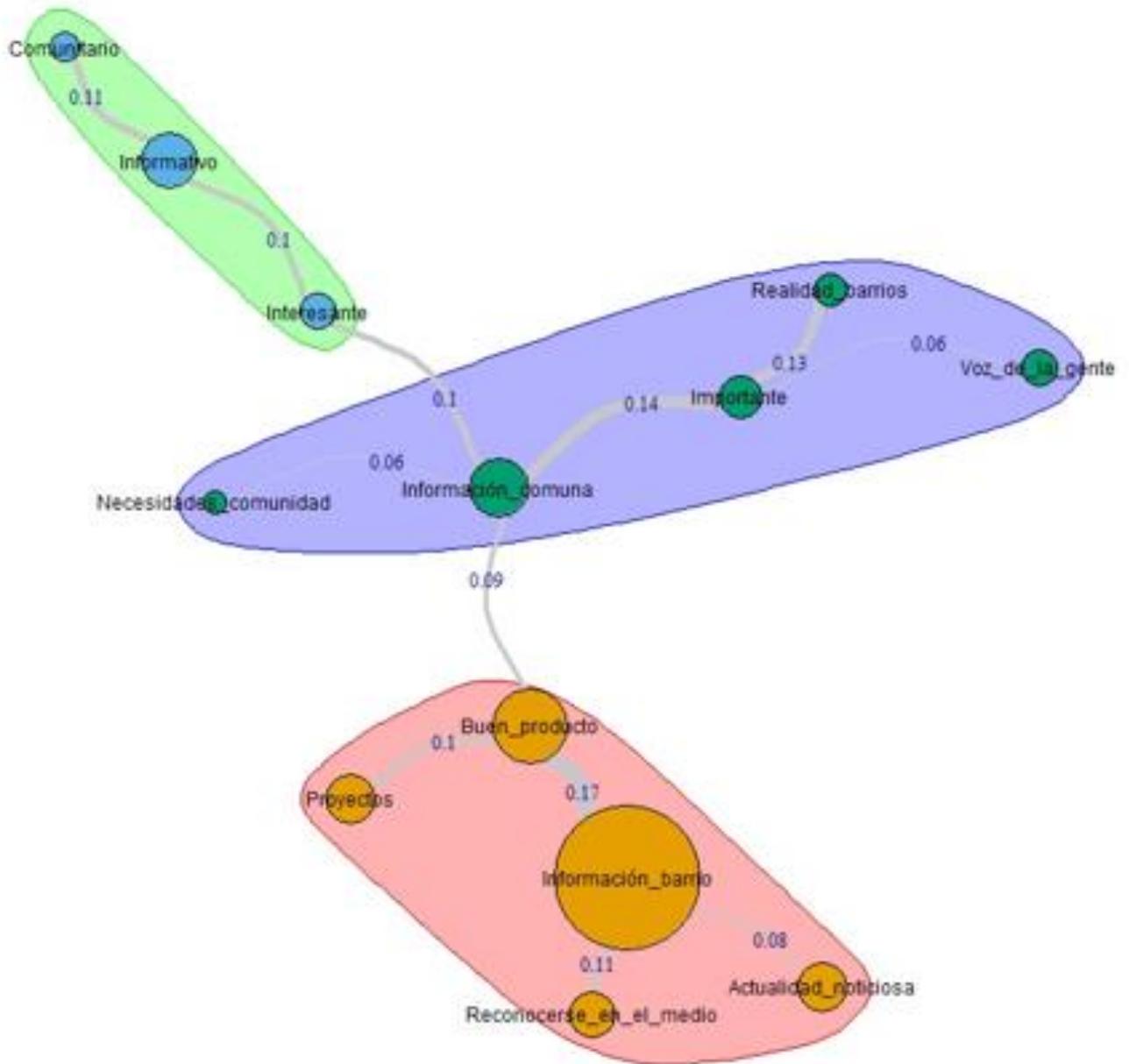
Vale la pena resaltar que algunos elementos que aparecen en la primera periferia tienen una frecuencia alta, casi similar a *Informativo*, que aparece en el núcleo central, pero que no fueron evocados tan rápidamente. Estamos haciendo referencia a *Actualidad_noticiosa*, *Proyectos*, *Reconocerse_en_el_medio* e *Importante*. Si partimos de la idea que una representación social es el conocimiento construido sobre un objeto en las conversaciones cotidianas a partir de la lógica del sentido común, sería pertinente privilegiar más la frecuencia con que aparece una idea que la rapidez con que es evocada (Abric, 1994). En ese orden de ideas, y dada la similitud semántica de los cognemas, sería posible inferir que eventualmente hagan parte del núcleo central; ahora bien, para confirmarlo habría que aplicar una técnica de centralidad que escapa a la intención exploratoria del presente objetivo específico.

Tabla 8 Análisis prototípico término inductor “Mi Comuna 2”

| | | Promedio de evocación ≤ 1,91 | | | Promedio de evocación >1,91 | | |
|----------------------|--|---------------------------------|------------|------------------|--------------------------------|------------|----------|
| | | Cognema | Frecuencia | Promedio | Cognema | Frecuencia | Promedio |
| Frecuencia >=6.85 | | Información_barrio | 49 | 1.7 | Actualidad_noticiosa | 13 | 2.1 |
| | | Buen_producto | 20 | 1.9 | Proyectos | 12 | 2 |
| | | Información_comuna | 16 | 1.6 | Reconocerse_en_el_medio | 11 | 2.3 |
| | | Informativo | 14 | 1.6 | Importante | 10 | 2.1 |
| | | | | Interesante | 8 | 2 | |
| | | | | Voz_de_la_gente | 8 | 2.2 | |
| | | | | Realidad_barrios | 7 | 2 | |
| Frecuencia <6.85 | | Información_parques | 4.1 | 8 | Comunitario | 6 | 2.2 |
| | | Me_gusta_leerlo | 4 | 1.5 | Necesidades_comunidad | 5 | 2.4 |
| | | Preocupación_barrio | 3 | 1 | Acción_Comunal | 4 | 2.2 |
| | | Alegría | 2 | 1 | Noticias_buenas | 4 | 2.2 |
| | | No_lo_he_leído | 2 | 1.5 | Progreso | 3 | 2.7 |
| | | Para_compartir | 2 | 1.5 | Inversión_recursos | 3 | 2 |
| | | Vida_cotidiana | 2 | 1.5 | Entretención | 3 | 2 |
| | | No_interesante | 2 | 1.5 | Actividades | 2 | 3 |
| | | | | | Información_deportiva | 2 | 2.5 |
| | | | | | Información_calles | 2 | 2.5 |
| | | | | | Alcaldía | 2 | 2 |
| | | | | | Convivencia | 2 | 3 |
| | | | | | Apoya_deporte | 2 | 2.5 |
| | | | | Buena_idea | 2 | 2 | |
| | | | | Nada | 2 | 2 | |

Fuente: Datos de la investigación

Figura 6
Análisis de similitud término inductor “Mi Comuna 2”



Fuente: Datos de la investigación

El análisis de similitud realizado, como muestra la Figura 6, permitió evidenciar las relaciones entre los cognemas que el análisis prototípico definió como posibles elementos del núcleo central de la representación social construida en torno de *Mi Comuna 2* y los que aparecieron en las periferias. Generalmente, es posible evidenciar grupos de ideas; sin embargo,

en el presente caso, más que ideas agrupadas en torno a los cognemas, llama la atención las conexiones más gruesas, las que tienen un índice más próximo a uno, que muestran que los participantes no respondieron aleatoriamente, sino que asociaron ideas: por ejemplo *Información_comuna* está fuertemente conectada con *Importante* y con *Realidad_barríos*; e *Información_barrio* tiene el mayor índice de conexión de todo el ejercicio con el cognema *Buen_producto*. En este punto vale la pena aclarar que ese cognema surgió a partir del proceso de lematización, englobando expresiones como las siguientes:

Es_bueno
Es_buena_información;
Me_parece_bacano;
Hay_buen_periodismo,
Algo_bueno_para_la_comunidad,
Bueno;
Buena_opción_para_informar_de_todo;
Se_ve_ahora_todo_muy_bueno;
Que_es_bueno.

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

La presente investigación se concentró en analizar la experiencia histórica de creación y de funcionamiento del periódico *Mi Comuna 2* como medio de comunicación comunitaria, intentando responder a tres preguntas concretas de investigación: i) ¿qué entienden sus promotores del periódico por comunicación comunitaria?; ii) ¿qué acciones implementa la Corporación Mi Comuna para distanciarse de la institucionalidad y no ser una extensión o apéndice de la Alcaldía de Medellín en el territorio, teniendo en cuenta que los recursos de financiación para la impresión del periódico provienen en su totalidad del Estado?; y iii) ¿cuáles son las prácticas comunicacionales desarrolladas por *Mi Comuna 2* que permiten identificarlo como un medio de comunicación comunitaria y de qué forma la participación atraviesa dichas prácticas?

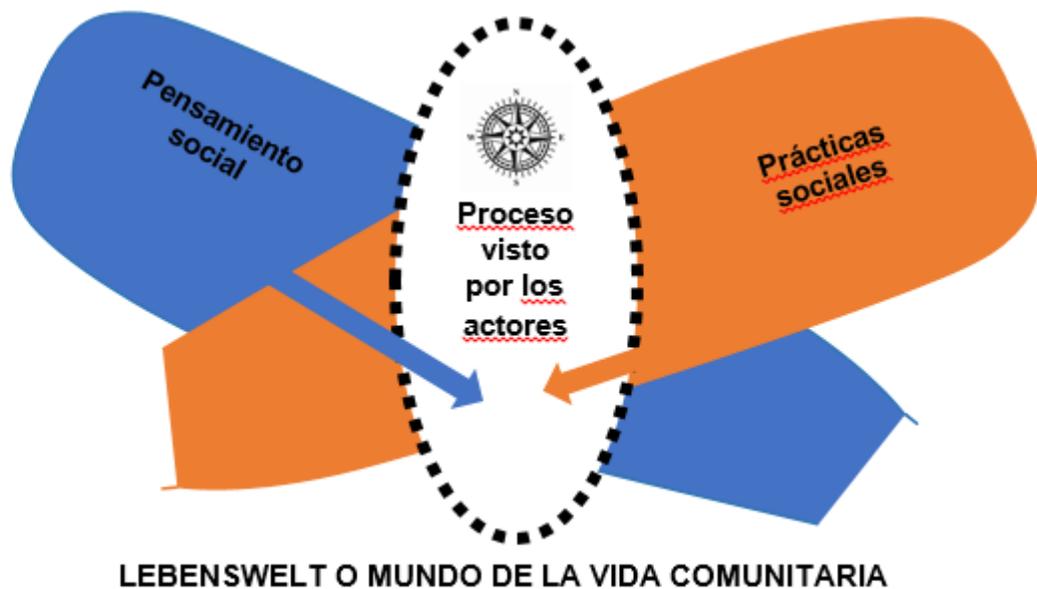
Desde el punto de vista metodológico, optamos por seguir dos líneas empíricas, que nos llevaron a sendos análisis: un vector endógeno —sigue la dirección adentro-afuera—, que nos permitió acercarnos a la experiencia histórica de operación del periódico, partiendo de las voces, de los relatos de los actores que materializaron su creación; y un vector exógeno —sigue la dirección afuera-adentro— que nos dio pistas sobre la forma como *Mi Comuna 2* es percibido como medio comunitario en su área de influencia geográfica.

El vector endógeno nos permitió abordar las entrevistas y grupos focales a través de un análisis de contenido categorial, mientras que el vector exógeno nos llevó a la aplicación de una técnica de asociación libre de palabras (TALP), ampliamente utilizada en el campo de la investigación sobre representaciones sociales, que fue la base para realizar un análisis prototípico y un análisis de similitud, partiendo de *Mi Comuna 2* como elemento inductor.

Como muestra la Figura 7, el análisis de los hallazgos que se presenta a continuación se realizó a partir del marco teórico escogido para la investigación, es decir, del posible diálogo

que se puede tejer entre la tradición crítica de la comunicación —donde se puede enmarcar la comunicación popular comunitaria— y las vertientes socio-cultural y sociopsicológica. Nos concentraremos inicialmente en las prácticas sociales, que para efectos del presente análisis denominaremos prácticas comunicativas y luego abordaremos el pensamiento social, específicamente la posible representación social de *Mi Comuna 2* como periódico comunitario.

Figura 7
Modelo de análisis de los hallazgos



En la lógica o vector de las prácticas sociales estarían las acciones desarrolladas a lo largo del proceso, evidenciadas en el análisis de contenido y asociadas a la forma como socialmente los miembros de la Corporación Mi Comuna construyen sus propios significados, la visión de su mundo institucional y del periódico como producto de ese mundo. En la lógica o vector del pensamiento social estarían los resultados del estudio exploratorio (análisis prototípico y análisis de similitud) realizado con los participantes del territorio geográfico donde se distribuye el periódico.

4.1 Prácticas sociales y comunicación popular comunitaria

Cuando hacemos alusión al concepto de práctica en el campo de la comunicación, vale la pena preguntarse qué es y qué tipo de relación tiene con el pensamiento social, específicamente con la representación social, así como qué tipo de prácticas fueron evidenciadas en campo durante la investigación y qué relación tienen con las apuestas que hace *Mi Comuna 2* como medio comunitario.

Como afirman Wolter & Sá (2013) “debemos tomar las representaciones como una *condición de las prácticas* y las prácticas como un *agente de transformación* de las representaciones” y así lo veíamos en el marco teórico de la presente investigación. En esa medida es posible hablar de cuatro aspectos de una práctica social, que para efectos de la presente investigación podemos denominar *práctica comunicativa*: i) práctica como paso de la teoría a la acción; ii) práctica como acción reiterativa, iii) práctica como modo de hacer y iv) práctica como cálculo de una acción.

En el análisis de contenido realizado fue posible evidenciar campos semánticos que se pueden asociar con tipos de prácticas específicas y que nos ayudan a responder las preguntas que nortearon la investigación. Si centramos nuestra atención en las categorías del análisis, es posible evidenciar que las prácticas comunicativas desarrolladas por *Mi Comuna 2* como medio comunitario se encuadran en las tres primeras categorías de la taxonomía propuesta y no precisamente de forma excluyente, es decir, dichas prácticas se pueden analizar simultáneamente como la materialización de un constructo teórico, y/o como un ejercicio repetitivo y/o como acciones performativas o que suponen un saber-hacer.

De igual forma, si abordamos el análisis asociando las premisas de comunicación popular comunitaria (CPC), los tipos de prácticas citados anteriormente y los planteamientos básicos de la tradición sociocultural, que observa la construcción compartida de significados,

podemos examinar que en la categoría *Organización interna* se conformó una corporación como estrategia jurídica para que el periódico pudiera existir a la luz de la Ley de Contratación que rige el Programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo. Ahora bien, ¿eso qué representa desde el punto de vista de los presupuestos de la comunicación popular comunitaria? No podemos olvidar que el eslabón primordial de la CPC es la construcción de la información del territorio “desde abajo”, privilegiando las lecturas de la realidad de la propia comunidad y priorizando, desde la óptica de los habitantes como ciudadanos y sujetos de derechos, las necesidades e iniciativas esenciales para el desarrollo de sus barrios y sus comunas. Partiendo de una postura crítica se podría cuestionar si hay algún dilema ético expreso por parte de los participantes con respecto a ese proceso vertical de conformación de la corporación y se logra evidenciar que sí existe una aparente dualidad entre la forma como fue creado el periódico comunitario, pues no responde al tinte misional y filosófico que anhelan imprimirle sus participantes.

Lo anterior significa que la motivación inicial del periódico no fue, como expresa Jiménez (2014), de abajo hacia arriba, sino al contrario, de arriba hacia abajo. Fue una entidad pública, concretamente la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín, la que impulsó el proceso de formación a partir de un diplomado; en ese orden de ideas, la estimulación surgió de afuera, no de la comunidad. ¿Eso qué implica? Que han sido sus participantes, a través de sus discusiones y sus apuestas comunitarias, los que han ido trazando un norte orientado al debate público de las realidades del entorno y a la reivindicación de los procesos comunitarios en su territorio, logrando involucrar a la comunidad para que pueda participar por medio de algunas iniciativas.

Por otro lado, no se puede desconocer que, como plantea la comunicación popular comunitaria, la sostenibilidad económica del medio es un elemento central, y en el caso específico de *Mi Comuna 2* esa sostenibilidad depende totalmente de los dineros públicos del

Programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo; en otras palabras, se trata de una práctica, entendida como acción reiterativa y como *modus operandi*, sin la cual el periódico no existiría. No obstante, vale la pena destacar el abanico de alternativas que la Corporación viene abriendo para minimizar esa dependencia de recursos públicos, tales como como la venta de bonos artísticos para recaudar fondos, las alianzas estratégicas con otras organizaciones del territorio con las cuales se pueda intercambiar o realizar trueques de conocimientos y la construcción de un portafolio de servicios.

Efectivamente, son iniciativas de autogestión que desarrolla la Corporación para que el periódico sea autosostenible, pero aún no se trata de prácticas reiterativas que sean el centro de una cultura organizacional o comunitaria; en otras palabras, *Mi Comuna 2*, con más de diez años de existencia, aún es una iniciativa *PP-dependiente* (dependiente de Presupuesto Participativo), como se dice en la jerga propia de los funcionarios de la Alcaldía de Medellín y de las organizaciones comunitarias, lo que desde el punto de vista sociocultural incide en la identidad del medio, tanto en la forma como lo perciben quienes participan en su elaboración como en la comunidad que legitima su existencia.

Al analizar la categoría *Contexto comunitario* partimos de una afirmación y es la importancia que un medio de comunicación comunitaria popular responda a una agenda capaz de visibilizar el debate y las necesidades informativas de la comunidad. Por ello, es determinante establecer de qué forma se construye esa agenda en *Mi Comuna 2* y a qué se refieren con la construcción de lo público. Esa pregunta la podemos responder centrando la atención en la categoría relacionada con *Producción de contenidos* en la cual se hizo referencia a tres prácticas que podemos definir específicamente como “paso de la teoría a la acción”, es decir, como materialización de lo que sería un ‘deber-ser’ relacionado con la construcción participativa de contenidos: estamos refiriéndonos a la formación de periodistas comunitarios, a las reuniones semanales de planeación editorial y al Día Naranja. Ahora bien, ¿de qué manera

esas tres prácticas se relacionan con el concepto de participación? ¿En qué consiste esa participación y cuáles son sus criterios? ¿Qué se entiende por gestión de contenidos y cuál es el papel de la Alcaldía de Medellín como interventora de un medio que se dice comunitario?

Se puede destacar que el periódico como medio logra visibilizar los intereses de la comunidad y ha conseguido un diálogo entre los entes gubernamentales y territoriales gracias al ejercicio de inmersión y trabajo de reportería. A pesar de la existencia de las prácticas nombradas y de reconocer su valor, bajo una mirada crítica aún no se logra una participación efectiva, horizontal y progresiva debido a que la voz de la comunidad solo es considerada una vez por mes a través del Día Naranja, lo cual puede considerarse una práctica novedosa que aún no se encuentra asociada al diseño de estrategias de percepción y formación de audiencias que permitan escuchar y evaluar los aportes de la comunidad con mayor continuidad. Desde el punto de vista sociocultural estamos hablando entonces de un proceso incipiente de legitimación comunitaria que podría extenderse a todos los momentos del proceso de producción del medio, no solo en la fase de planeación de contenidos.

Es importante puntualizar que durante varios años, Mi Comuna 2 tenía un espacio llamado “comité editorial” al que se esperaba que los habitantes asistieran para proponer y exponer sus visiones sobre el periódico. Sin embargo, la participación era escasa. Esa realidad motivó la realización de una investigación sobre la participación comunitaria, mediante la cual se buscó determinar las razones que explicaban la escasa participación, con el propósito de implementar luego estrategias que fortalecieran y vincularan mucho más el medio con la comunidad.

Ese es el contexto del origen del Día Naranja, que se convirtió en el primer paso en la construcción del periódico, en el cual el equipo de periodistas comunitarios tiene contacto directo con la gente. El Día Naranja se realiza cada mes y consiste en llevar a un sector de la Comuna una oferta de actividades relacionadas con comunicaciones y promoción de la lectura,

buscando que las personas reconozcan la importancia de los medios y aporten en la construcción del periódico. El proceso de construcción de las ediciones del periódico comienza en las puertas de las casas, cuando los periodistas comunitarios visitan los hogares de un sector específico con una portada del medio en blanco, para que las personas plasmen allí sus ideas o propuestas de lo que quieren ver publicado.

Se trata de prácticas que buscan involucrar a la comunidad en un ejercicio participativo, al menos en la parte inicial del proceso de producción del periódico. Las propuestas realizadas en el Día Naranja son compartidas con personas que la Corporación denomina “periodistas comunitarios” en espacios de formación y diálogo de saberes que se realizan los viernes. Como se puede evidenciar en los relatos de los participantes de la investigación, los dinamizadores de estos espacios entienden que la producción de un medio comunitario debe ser realizada por los mismos habitantes, y por ello buscan que a través de este espacio sean ellos mismos quienes escriban las historias de los barrios. Las propuestas de la comunidad son desarrolladas y se asignan responsables para iniciar el proceso investigativo y periodístico; sin embargo, el papel de la comunidad queda restringido solo a esa fase inicial, lo que se puede analizar como una participación creativa, sí, pero aún embrionaria.

Cuando los periodistas comunitarios entregan sus artículos periodísticos comienza el proceso de montaje. El editor acompaña la escritura y realiza las sugerencias necesarias de forma didáctica y respetando estilos de escritura. Los participantes retalan que es fundamental esta metodología debido a que el editor de un medio comunitario debe ser abierto y no ejercer relaciones verticales durante el proceso de revisión. De igual forma, la diagramación es un proceso conjunto entre la diseñadora, directora y editor, buscando siempre la estética y la sencillez, porque se trata de un contexto donde los niveles de lectura son bajos, así que la edición debe ser llamativa y fresca para que las personas se sientan atraídas e identificadas con el periódico. En este punto se nota que el ejercicio de producción queda restringido a quienes

tienen el conocimiento técnico para ello, sin tener en cuenta a otros actores de la comunidad, que también podrían participar en las fases que se podrían denominar “más técnicas” del proceso.

Ahora bien, si bien existe un proceso de distribución del periódico que busca que sea entregado en las puertas de un número significativo de viviendas, cubriendo distintas cuadras o sectores de los barrios, aún no existe un proceso de formación que promueva la lectura del medio e, incluso, que después de leído pueda ser compartido con otros vecinos.

Por otra parte, existe un acompañamiento desde la Alcaldía de Medellín que consiste en leer, revisar y ofrecer observaciones en cuanto a la pertinencia de los contenidos para que no se incurra en proselitismo electoral. Sin embargo, la Corporación tiene autonomía para la elección de sus contenidos periodísticos y la orientación de sus historias, intentando evidenciar el contraste y el cubrimiento del mayor número posible de fuentes para ofrecer las distintas perspectivas de un tema. En otras palabras, no hay lugar a la censura por parte del organismo público que suministra los recursos económicos para la impresión, y en varias de sus 86 ediciones como periódico comunitario se han publicado incluso reportajes con denuncias o manifestación de inconformidades con la misma administración municipal.

El periódico *Mi Comuna 2* ha obtenido reconocimientos en el ámbito comunal y municipal por su contenido diverso y por tener una línea investigativa fuerte (ver Tabla 9) y sus ediciones especiales han acercado a la comunidad a distintas realidades como las víctimas del conflicto armado y los derechos humanos, además de promover la literatura a través de una edición dedicada a difundir cuentos y poemas de reconocidos escritores y de la comunidad misma. En su mayor parte, se trata de reconocimientos otorgados por la Alcaldía de Medellín y avalados por la academia, lo que de alguna manera evidencia un grado de imparcialidad y de visión crítica en lo que respecta al proceso de evaluación de los contenidos.

Tabla 9 Reconocimientos a Mi Comuna 2

| Año | Reconocimiento |
|------------|--|
| 2010 | Mejor reportaje en la categoría “La Vida en la vía” en la primera versión de los Premios de Periodismo Comunitario Alcaldía de Medellín-Universidad de Antioquia |
| 2011 | El proceso más destacado de la Comuna 2 financiado con Presupuesto Participativo |
| 2011 | Mención de honor como mejor medio impreso comunitario otorgado por la Alcaldía de Medellín y la Universidad de Antioquia en la segunda versión de los Premios de Periodismo Comunitario |
| 2012 | Mejor medio alternativo de comunicación de la Comuna 2 promotor de los Derechos Humanos, reconocimiento dado por los líderes y lideresas |
| 2012 | Primer puesto en la categoría “Movilidad para la vida (mejor campaña)” en el III Premio de Periodismo Comunitario Alcaldía de Medellín – Universidad de Antioquia |
| 2012 | Primer lugar en la categoría “Medellín cuenta contigo” en el III Premio de Periodismo Comunitario Alcaldía de Medellín – Universidad de Antioquia |
| 2012 | Ganador en la categoría de periodismo en las Iniciativas Culturales Jóvenes por la Vida de la Alcaldía de Medellín |
| 2013 | Reconocimiento por el compromiso, la entrega, trabajo y difusión en pro de los Derechos Humanos y la sana convivencia. Otorgado por la Mesa de Derechos Humanos y Convivencia de la Comuna 2 |
| 2014 | Primer lugar para www.micomunados.com en el 5° Premio de Periodismo Comunitario como mejor propuesta digital comunitaria por su pertinencia, incidencia en la comunidad, calidad narrativa, investigación, tratamiento de la información e innovación |
| 2015 | Reconocimiento por el trabajo periodístico con y para la comunidad. Otorgado por el periódico Sextante de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño de la Universidad Católica Luis Amigó |

Fuente: Corporación Mi Comuna

Sin embargo, al comparar el medio estudiado con otros medios comunitarios que le apuestan a una agenda construida desde abajo por las organizaciones comunitarias (Jiménez, 2014) y que construyen su identidad —lo que son— a partir de esa legitimación de significados, no es posible identificar desde el punto de vista sociocultural un discurso unificado sobre una agenda de *Mi Comuna 2* como medio comunitario. Los participantes hablan de su compromiso con “lo comunitario”, se refieren a “las voces de la comunidad”, entienden lo que es construir un periódico “cercano”, hacen alusión frecuente al concepto de “participación”, pero no se evidencia una apuesta colectiva histórica por un tema o conjunto de temas específicos, lo cual se refleja incluso en el análisis prototípico y de similitud que abordaremos más adelante, en el que aparece lo comunitario como un elemento etéreo, presente sí, pero aún intangible porque no está conectado a elementos concretos que atraviesen la vida cotidiana de las personas de ese territorio.

El análisis de contenido de los relatos tanto de las entrevistas como de los grupos focales nos lleva a concluir *Mi Comuna 2* es un periódico que dialoga *parcialmente* con las premisas de un medio de comunicación popular comunitaria en la medida en que está concebido como una alternativa de información que se construye en y desde el territorio, liderado por actores que pertenecen y ejercen un liderazgo en la comunidad, no obstante haber sido creado a partir de un modelo formal vertical promovido por la Alcaldía de Medellín, en el marco del Programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo.

Ahora bien, el adverbio *parcialmente* se explica no porque se trate de un medio comunitario que dependa de recursos públicos para su impresión, sino porque el modelo de participación comunitaria que propone aún es incipiente y restringido a los momentos iniciales de planeación de sus ediciones. Ese modelo de participación, que contiene prácticas creativas y novedosas relacionadas con la planeación de contenidos, aún no está al servicio de un proceso colectivo de construcción de una agenda territorial que sea legitimada por las organizaciones y movimientos de base presentes en el territorio; en otras palabras, el medio divulga información cercana y de interés relacionada con el entorno, pero no transforma esa información en construcción de una agenda colectiva en clave de derechos y de empoderamiento ciudadano.

Cuando analizamos iniciativas similares de periódicos comunitarios, que también son priorizadas por las comunidades de Medellín a través del ejercicio de Planeación Local y Presupuesto Participativo (Jiménez, 2014), es posible evidenciar apuestas concretas, asociadas a temas como promoción y defensa de los Derechos Humanos.

Esa apuesta no es clara en el discurso de *Mi Comuna 2* como periódico comunitario, lo que se refleja obviamente en la línea editorial y en la forma como se seleccionan y trabajan los contenidos. Se parte, sí, de los principios editoriales de cercanía y de impacto comunitario, pero pareciera no existir un hilo conductor de contenidos y movilizador de la comunidad, que es lo que en el presente análisis denominamos “agenda comunitaria”. Con ese hilo se pueden tejer

procesos de participación, y para hacerlo no basta con preguntarle a la comunidad qué quiere ver en su periódico, sino en convocar e involucrar a la base comunitaria en ese proceso, partiendo, por ejemplo, de las necesidades de los diferentes grupos poblacionales (niños, mujeres, jóvenes, adultos mayores, comunidad LGTBI+, indígenas, comunidades negras) y apuntándole al fortalecimiento de las políticas públicas que promueven el reconocimiento de sus derechos. En la medida en que *Mi Comuna 2* se posicione como nodo articulador, visibilizador y catalizador de esos procesos, se podrá hablar de una agenda comunitaria. El proceso de participación que permita la selección, construcción y evaluación de contenidos habrá de aparecer en un segundo escalón y, en ese orden de ideas, será más enriquecedor y con un factor de sintonía comunitaria mayor.

4.2 Representación social de *Mi Comuna 2* como periódico comunitario

Aplicar una TALP en el abordaje estructural de las representaciones sociales como campo de investigación, como bien lo comentamos al presentar los resultados de la técnica en el capítulo anterior, tuvo una finalidad exploratoria y, en el marco de la presente investigación, fue precisamente esa la intención, toda vez que al movernos el interés por analizar la experiencia histórica y sociocultural de creación y funcionamiento de un medio comunitario, el acercarnos de alguna manera a la forma como los lectores perciben el medio enriquece dicho análisis.

Con respecto a los hallazgos encontrados, en primer lugar vale la pena hacer alusión al tipo de elementos que contiene el núcleo central de una representación social (Abric, 1994), que pueden ser de naturaleza *funcional*, cuando están relacionados con las prácticas o acciones que realiza un grupo social, entendido grupo social no como conjunto de individuos sino como comunidad de pensamiento; o de naturaleza *normativa*, cuando están relacionados con valores, posicionamientos, historia o ideología de ese grupo.

En el caso del presente estudio exploratorio, como vimos en la Tabla 8, es posible evidenciar elementos funcionales relativos a la misión barrial o comunitaria que cumple *Mi Comuna 2* como medio informativo, al tipo de información que publica y no a las actitudes de adhesión o rechazo que se suscitan cuando se habla de elementos normativos o ideológicos.

Ahora bien, el segundo elemento que es posible evidenciar tiene que ver con la relación que existe entre esa posible representación social del periódico *Mi Comuna 2*, manifiesta tanto en el núcleo central como en las periferias 1 y 2, con las prácticas sociales. Según Wolter & Sá (2013), “debemos tomar las representaciones como una *condición de las prácticas* y las prácticas como un *agente de transformación* de las representaciones” (pág. 98), lo que de alguna manera nos da una luz sobre el papel que cumple *Mi Comuna 2* como medio comunitario y la forma como ha ido posicionándose históricamente en el entorno. La periferia 2 (cuadrante superior derecho de la Figura 9), que tiene los elementos más inestables, está justamente relacionada con la diversidad de prácticas que hacen que el medio esté vivo, girando en torno de unas ideas fijas (núcleo central): *información_barrio*, *buen_producto*, *información_comuna* e *informativo*.

La teoría de las representaciones sociales nos muestra que los grupos humanos construyen teorías del sentido común, marcos de referencia o sistemas de interpretación del mundo compartidos. Por ejemplo, quienes abordan la comunicación popular comunitaria (CPC) comparten una representación social de lo comunitario orientada al empoderamiento: lo comunitario es el objeto de esa representación socialmente construida y compartida.

Si el pensamiento social es el lado cognitivo de la comunicación, es válido pensar que existe un repertorio de creencias e informaciones compartidas por los grupos que hacen CPC, lo que en última instancia significa compartir esa representación social de lo comunitario.

En la primera parte de este capítulo de análisis abordamos las prácticas comunicativas de *Mi Comuna 2* como medio comunitario. Si partimos de la premisa según la cual las prácticas

son condición *sine qua non* para la existencia de una representación social, ¿cómo se reflejan esas prácticas en el pensamiento que es socialmente construido sobre *Mi Comuna 2*?

Al tener en cuenta que la arquitectura del pensamiento social (Rouquette, 1998) presenta formas más inestables como la opinión, como lo mostramos en el primer capítulo, ¿sería entonces posible afirmar que los lectores se forman simplemente una opinión de *Mi Comuna 2* como medio comunitario? Tanto el análisis prototípico como el de similitud nos muestran que alrededor del medio se ha ido construyendo una forma de pensamiento más estable y estructurada, una posible representación social, evidenciada en la frecuencia con que se repiten algunas ideas, y no necesariamente una opinión, que es más cambiante y diversa.

Hablar de *Mi Comuna 2* en el territorio pareciera remitir a unos elementos informacionales (qué es el periódico, cuál es su enfoque, qué tipo de información difunde, etc), imagénicos (cómo es visto por la comunidad) y valorativos o actitudinales, relacionados con la calidad del periódico (es bueno, etc.)

Por esa razón, vale la pena profundizar por qué fue importante, tanto para la investigación como para la misma Corporación, no solo quedarse con la mirada del vector endógeno (desde adentro hacia afuera), sino ampliar la percepción del trabajo realizado a partir de la lectura afuera-adentro que hacen los lectores, que a la postre también son partícipes, beneficiarios y constructores del proceso.

Además de la idea “información del barrio”, que es la más frecuente según el análisis prototípico y, por lo tanto, una firme candidata a ser parte del núcleo central de la representación social que las personas se han ido formando históricamente sobre *Mi Comuna 2*, hay dos elementos que vale la pena destacar y desarrollar cuidadosamente.

El primero de ellos es eminentemente valorativo y tiene que ver con la percepción que se ha ido construyendo en torno de la calidad del contenido: que se diga que *Mi Comuna 2* es “un buen producto”, de alguna manera significa una retroalimentación positiva por parte de los

perceptores de las estrategias de producción del medio, como la de los periodistas comunitarios o el mismo esquema de planeación participativa del *Día Naranja*.

Como pudimos observar en el análisis de similitud, la conexión más sólida entre las ideas aparecía con el vínculo que unía “información del barrio” a “buen producto” lo cual, visto desde la óptica de la CPC, se configura como un indicador cualitativo que necesita desarrollarse aún más a través de instrumentos de evaluación constante, que trasciendan el adjetivo “bueno”, de por sí elogioso, y se concentren en puntos concretos del producto susceptibles de mejoramiento, tales como su sistema de planeación participativa, su formato, lenguajes, periodicidad, modo de entrega, etc.

En otras palabras, este hallazgo resulta no solo positivo, sino también retador para el equipo de producción, porque demanda la creación de estrategias, posiblemente a través del mismo *Día Naranja*, para continuar ese ejercicio de escucha aguzada y monitoreo atento de esas ‘teorías del sentido común’, que los perceptores van construyendo a partir de la interacción con *Mi Comuna 2* como medio comunitario y que se reflejan en lo más simple, es decir, en las conversaciones de la vida cotidiana, en la tienda, en la esquina, en la iglesia, en el paradero del bus.

El segundo elemento está relacionado con la posibilidad de “reconocerse en el medio” y de visibilizar “la voz de la gente”, ideas presentes en la primera periferia del análisis prototípico y que condensan la finalidad de un medio comunitario como *Mi Comuna 2*. Durante las entrevistas y los grupos focales fue muy reiterativo, y así quedó plasmado en el análisis de contenido, el interés de los reporteros comunitarios por captar el mayor número posible de imágenes de las personas de la comunidad. Que ese elemento salga a relucir siguiendo el vector de análisis exógeno (de afuera hacia adentro del medio) significa que hay un posicionamiento del medio en el territorio: como lo dicen los mismos participantes de las entrevistas y los grupos focales, se trata de un medio de la comunidad y para la comunidad, que visibiliza lo invisible

para otros medios, que cuenta historias cercanas y, en ocasiones, subestimadas o simplemente no contadas.

Ahora bien, al analizar en contexto los cognemas encontrados, especialmente los más estables (los que se hallan en el cuadrante superior izquierdo) y contrastarlos con los elementos que se encontraron en el análisis de contenido, es posible evidenciar que se trata de ideas muy generales que podrían aplicarse a cualquier medio comunitario y que no están necesariamente asociadas a su identidad ni a la agenda comunitaria que promueve. Si esa agenda existiera y de hecho no fue posible identificarla en los relatos de las entrevistas y los grupos focales, y si fuera legitimada a través de estrategias concretas de participación efectiva a lo largo de todo el proceso de producción del medio, sería posible hallar cognemas o ideas que remitieran a ella.

4.3 A Mi Comuna 2: Pistas para construir un territorio de sentidos

A alegria não chega apenas no encontro do achado, mas faz parte do processo da busca. E ensinar e aprender não pode dar-se fora da procura, fora da boniteza e a alegria / La alegría no llega apenas en el encuentro del hallazgo, sino que hace parte del proceso de búsqueda. Y el enseñar y el aprender no pueden darse fuera de la búsqueda, fuera de la belleza y la alegría (Paulo Freire, 1996, p. 160)

Si estás leyendo este texto y eres uno de los participantes que hizo posible esta investigación, cuyo fruto fue la elaboración de la presente tesis de Maestría en Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social, quizás fue inevitable sentirte un poco extraño(a) al leer su contenido, cuya escritura obedece a criterios eminentemente técnicos, que van desde la forma de citar lo que un autor publicó, hasta la manera como se hace un análisis, utilizando términos que no son usuales en la vida cotidiana. De alguna manera, esta investigación partió de algo tan cercano para ti, como la producción del periódico *Mi Comuna 2*, y lo llevó a una esfera

intangibles, caracterizada por la inmaterialidad de los conceptos, lo cual es válido desde el punto de vista académico; sin embargo, para efectos de la devolución a los participantes, que debe ser una premisa de cualquier investigador, podría resultar estéril cuando no ininteligible.

Por eso quería que este capítulo, en el que me propuse hacer un análisis de los resultados, también fuera redactado pensando en ti, utilizando un lenguaje más simple, tan cercano como el mismo *Día Naranja* lo es con los habitantes de la Comuna 2 cuando se trata de construir una agenda periodística, y que contribuyera a la cualificación de los procesos comunitarios que se vienen desarrollando y a los cuales pude acceder dada la confianza que depositaron en mí como investigadora.

Ese análisis no lo construimos nosotros, los académicos, sino ustedes, paso a paso, en el territorio. Nosotros, los que llegamos de fuera, simplemente identificamos los mojones de ese territorio, no como límites, sino como pistas para continuar caminándolo sin el peligro de perdernos en las utopías, siempre pensando en la brújula de los retos. Se intentó responder a tres preguntas durante la investigación: en primer lugar, ¿qué entienden sus promotores del periódico por comunicación popular comunitaria?; en segunda instancia ¿qué acciones implementa la Corporación Mi Comuna para distanciarse de la institucionalidad y no ser una extensión o apéndice de la Alcaldía de Medellín en el territorio, teniendo en cuenta que los recursos de financiación para la impresión del periódico provienen en su totalidad del Estado?; y por último, ¿cuáles son las prácticas comunicacionales desarrolladas por *Mi Comuna 2* que permiten identificarlo como un medio de comunicación comunitaria y de qué forma la participación atraviesa dichas prácticas? A continuación presento cinco ideas justamente como recomendaciones:

- ***Mi Comuna 2* y las tecnologías de la información como constructoras de lo comunitario.** Es crucial pensar la innovación y cómo las tecnologías de la información y la comunicación también se pueden vincular al trabajo del tema de lo comunitario. De hecho, reflexionar, cuando no se disponga de los recursos económicos para la impresión de los 13 mil ejemplares que circulan en el territorio, en publicar la edición del periódico en el sitio *web* del medio y que se puedan proponer estrategias de alfabetización y posicionamiento para que los habitantes de la Comuna 2 puedan aprender otras maneras de interactuar con el medio; y que el mismo medio, aprovechando los avances tecnológicos, pueda recurrir a infografías, foto-reportajes u otras plataformas transmedia, en las que los participantes asumen un rol activo en ese proceso de expansión de los contenidos.
- **La necesidad de monitoreo continuo del vector exógeno: ya no es tanto como nos leen, sino como nos perciben.** Es elemental para *Mi Comuna 2* propiciar un proceso de evaluación constante en el cual puedan estar siempre atentos a la forma como los otros los perciben y sin olvidar que su apuesta de comunicación popular comunitaria se centra en una construcción de contenidos con y para la comunidad. Por ello, es un detonante clave para la Corporación pensarse siempre de afuera hacia adentro y continuar no solo pensando en la forma como los leen sino medirlo para reinventarse permanentemente y responder a los cambios del entorno.
- **Pensar en la formación del periodista comunitario, qué significa ser periodista como parte del proceso para que exista la agenda comunitaria.** Continuar con el proceso de formación de periodistas comunitarios es clave no solo para dejar capacidad instalada favoreciendo los relevos generacionales en la participación en el medio, sino también para reflexionar sobre el papel de un periodismo que se proponga investigar, contrastar y

aprender a dudar de las propias fuentes, presentando argumentos críticos que puedan informar a la ciudadanía. Ahora bien, ese proceso debe estar asociado a la construcción participativa de una agenda comunitaria, que vaya más allá de la simple enunciación de contenidos que se publicarán en la próxima edición y que defina, como oído atento que escucha y entiende las voces que provienen de las necesidades de la comunidad, las apuestas colectivas que el medio quiere abordar, entendiendo que el medio no son quienes lo producen, sino una estrategia de construcción de lo común (es un medio de comunicación popular comunitaria) que incidí directamente en el ejercicio de una ciudadanía participante.

- **La sostenibilidad del medio siendo fieles a los principios éticos que lo rigen.** *Mi Comuna 2* debe y puede alcanzar una auto sostenibilidad que, en defensa de sus principios y posturas éticas, le permita la búsqueda de otras maneras de gestión de los recursos económicos sin estar condicionados a los aportes del Estado. Existen unas opciones como el portafolio de servicios y productos comunicacionales, el trueque con otras organizaciones del territorio, la pauta publicitaria, la participación en convocatorias. En fin, son algunas propuestas que pueden seguir fortaleciendo la autonomía y contribuyendo a la sostenibilidad social, institucional y económica del medio.
- **El medio como catalizador de procesos de educación para la ciudadanía a partir de la educación popular.** *Mi Comuna 2* contribuye a la mediación de procesos de educación para la ciudadanía gracias a la educación popular como pilar y que nos muestra cómo el enseñar y el aprender son un proceso de búsqueda permanente como lo afirmaba Freire. En definitiva, la educación popular puede ser entendida como práctica en la medida en que supone una representación social y afectos que la llenan de sentido. Los teóricos de Comunicación Desarrollo y Cambio Social (CDCS) hablan de saber popular y ese saber

popular podemos asociarlo a la riqueza proveniente del sentido común explicado por Geertz. Eso de alguna manera nos lleva a pensar que la CDCS contribuye a la valorización de ese sentido común, tradicionalmente rechazado en la academia por no corresponder epistemológicamente a los cánones científico-racionales. No obstante, en la práctica, esos saberes populares constituyen una riqueza invaluable y eso se evidencia en los aportes de los habitantes de la Comuna 2 a los contenidos del medio. Por ello, en CDCS es necesario hablar de comunicación-emancipación debido a que existe una estrecha relación entre dichos conceptos, lo cual radica en concebir la primera como campo y la segunda como una acción que permite a un grupo de personas, en este caso a la comunidad, acceder a un estado de autonomía. En síntesis, el saber popular y la palabra están directamente ligados al poder de participación y la CDCS como saber situado fortalece la voz ciudadana y propicia la participación.

CONCLUSIONES

Mi Comuna 2: Análisis del proceso de creación y funcionamiento de un periódico comunitario de Medellín es una tesis que se propuso i) describir las prácticas de este periódico de la Comuna 2 como medio de comunicación comunitaria y ii) identificar la existencia de una posible representación social del periódico por parte de los habitantes del territorio donde se distribuye.

Desde el punto de vista teórico, se tejió un diálogo entre las premisas de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) con tres vertientes de la comunicación entendida como campo, como metadiscurso, de modo que fuese posible hacer una lectura interpretativa de los datos encontrados en campo. Dichas vertientes son la sociocultural, que se enfoca en los procesos simbólicos de construcción de cultura a partir de las prácticas; la sociopsicológica, en la que se encuadra la teoría de las representaciones sociales y la crítica, que para efectos de esta investigación relacionamos con la educación popular y con la comunicación popular comunitaria concretamente.

Desde el punto de vista metodológico se siguieron dos vectores, uno endógeno (dirección adentro-afuera) y otro exógeno (dirección afuera-adentro). El vector endógeno se concentró en la realización de un análisis de contenido a partir de seis entrevistas y dos grupos focales, cuyos resultados se organizaron en cuatro categorías de análisis, a saber, organización interna, contexto comunitario, producción de contenidos y apoyo institucional.

Dicho vector de análisis, además de abordar la experiencia histórica de creación del periódico, permitió identificar tres tipos de prácticas comunicativas: i) práctica como paso de la teoría a la acción o materialización de la teoría; ii) práctica como acción reiterativa, que se repite de la misma forma; y iii) práctica como modo de hacer, es decir, como performatividad o recreación de un saber-hacer.

El vector exógeno, por su parte, se orientó a la identificación de una posible representación social del periódico *Mi Comuna 2*. Por medio de una técnica de asociación libre de palabras (TALP) se efectuó un análisis prototípico y un análisis de similitud, utilizando el programa *Iramuteq*, que permitió evidenciar una posible representación social de naturaleza funcional (asociada a las prácticas) cuyos elementos más estables (posible núcleo central) serían información del barrio, información de la comuna, buen producto e informativo. A modo de conclusiones fue posible establecer que:

- i) *Mi Comuna 2* es un periódico que dialoga parcialmente con las premisas de un medio de comunicación popular comunitaria en la medida en que está concebido como una alternativa de información que se construye en y desde el territorio, liderado por actores que pertenecen y ejercen un liderazgo en la comunidad, no obstante haber sido creado a partir de un modelo formal vertical promovido por la Alcaldía de Medellín, en el marco del Programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo.
- ii) El modelo de participación propuesto por *Mi Comuna 2* contiene prácticas comunicativas que se pueden considerar creativas en relación con la planeación de contenidos, pero dicho modelo aún no está al servicio de un proceso colectivo de construcción de una agenda comunitaria que sea legitimada por las organizaciones y movimientos de base presentes en el territorio; en otras palabras, el medio divulga información cercana y de interés relacionada con el entorno, pero no transforma esa información en construcción de una agenda colectiva en clave de derechos y de empoderamiento ciudadano.
- iii) En la medida en que la TALP como técnica exploratoria y no concluyente lo permite, es posible evidenciar una representación social del medio construida consensualmente por los habitantes del territorio en torno a cuatro cognemas o ideas más frecuentes y más rápidamente evocadas (*información_barrio*, *buen_producto*, *información_comuna*

y *informativo*), lo que de alguna manera nos permite hablar de un núcleo central de naturaleza funcional porque se concentra en las acciones a través de las cuales se puede identificar el objeto. Sin embargo, llama la atención el nivel de generalidad con el que las personas se expresan, lo que se puede interpretar como ausencia de una agenda comunitaria que no logra materializarse completamente en los tres elementos que cualquier representación social debe tener, es decir, un componente informacional, un componente imagénico y un componente actitudinal de aceptación o de rechazo.

La investigación realizada, al permitir desde el punto de vista metodológico el diálogo de diferentes técnicas, unas más procesuales como la entrevista y el grupo focal, base del análisis de contenido efectuado, y otras igualmente dinámicas, pero de corte estructuralista, utilizadas en el campo de la psicología social, enriquecieron el análisis y, de alguna manera, se convierten en estímulo para la realización de nuevas investigaciones que, por ejemplo, opten por la investigación-acción participativa como enfoque y les permitan al investigador y las comunidades desarrollar un papel activo en los procesos de cambio que se propongan.

Con respecto a los participantes de la investigación, especialmente los miembros de la *Corporación Mi Comuna*, la tesis les ofrece una ruta para pensar la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social que evidencia cómo el modelo de análisis propuesto para el proceso de *Mi Comuna 2* muestra sus prácticas comunicativas y como ellas construyen representaciones sociales, lo que favoreció una comprensión más profunda del fenómeno.

Por último, y no por ello menos importante, a la investigadora en formación que digita las últimas letras de la presente tesis, este ejercicio de investigación y de procesamiento metódico, tanto de la teoría escogida cuidadosamente como de los hallazgos y su posterior lectura interpretativa, le permitieron proponer un modelo metadiscursivo que articuló dos vertientes: prácticas comunicacionales y pensamiento social, posibilitando interpretar un

fenómeno de comunicación como el de *Mi Comuna 2*, y ofreciendo unas recomendaciones a manera de pistas para seguir avanzando en el camino de la comunicación popular comunitaria que le apuesta al cambio social en el territorio.

REFERENCIAS

- Abric, J-C. (1994). Les représentations sociales : aspects théoriques. In J-C, Abric, *Pratiques sociales e représentations* (pp.11-35). París : Francia : PUF. .
- Alcaldía de Medellín (2013). Documento de Presupuesto Participativo para la Comuna 2 - Santa Cruz, 2009-2013. Recuperado de: https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_15/InformacinGeneral/Shared%20Content/Documentos/comunas/COMUNA2_SANTA_CRUZ.pdf. Acceso: 26 mar. 2019
- Alcaldía de Medellín (2013). *Documento de Rendición de Cuentas a la Ciudadanía para la Comuna 2 - Santa Cruz*, período julio-agosto. Recuperado de: <https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Nuestro%20Gobierno/Secciones/Plantillas%20Gen%C3%A9ricas/Documentos/2013/Cuentas%20Claras%20Comuna/1%20octubre/comuna%202%20en%20baja.pdf>.
- Alcaldía de Medellín. (2014). Informe interno de la coordinación de comunicación comunitaria – Planeación Local y Presupuesto Participativo. Secretaría de Comunicaciones.
- Alcaldía de Medellín. (2017). Decreto 697 que reglamenta el presupuesto participativo. Medellín: Gaceta Oficial, Año XXIV, No. 4466. Recuperado de: https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/d_alcamed_0697_2017.htm
- Anderson J.A. (1996). *Communication Theory: Epistemological foundations*. New York, NY: Guilford Press.
- Ángel, A., & Barranquero, A. (2015). Mapa de objetos y perspectivas en comunicación, desarrollo y cambio social. *Universitas Humanística*, 81, 91-118
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo* (Trad. Luis Antero Reto, Augusto Pinheiro). São Paulo, SP: Edições 70.
- Berger, P. & Luckmann, T. (2013). La construcción social de la realidad: tratado de sociología del conocimiento (Trad. de Floriano de Sousa Fernandes). Petrópolis, RJ: Vozes
- Berrigan, F. (1981). *La Comunicación Comunitaria: Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo*. París: Francia: UNESCO.
- Caloca, E. (2015). Significados, identidades y estudios culturales: Una introducción al pensamiento de Stuart Hall. *Razón y palabra*, 19(92), 1 -32.
- Canclini, N. G. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*. Barcelona: España: Gedisa.

- Cendales, L. (2000). El Diálogo: Recorrido y consideraciones a partir de la experiencia. In *El diálogo en la educación: perspectivas teóricas y propuestas didácticas* (pp. 82-104). Bogotá: Colombia: Dimensión Educativa.
- Cerbino, M., & Belotti, F. (2016). Medios comunitarios como ejercicio de ciudadanía comunicativa: experiencias desde Argentina y Ecuador. *Comunicar*, 24(47), 49–56. <https://doi.org/10.3916/C47-2016-05>
- Concejo de Medellín. (2007). Acuerdo 43 que institucionaliza la planeación local y el presupuesto participativo. Medellín: Gaceta Oficial, año XV, No. 3136. Recuperado de: https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/a_conmed_0043_2007.htm
- Corporación Mi Comuna (2016). Documento Hoja de Vida Corporación Mi Comuna. Recuperado de: <http://www.micomunados.com/conocenos/>
- Craig, R. (1999). Communication Theory as a Field. *Communication Theory*, 9(2), 119-161.
- Echeverri, G., & Andrade, R.G.N. (2016). Cultura cidadã: aproximação psicossocial da norma legal no contexto de uma favela carioca. *Revista de Paz y Conflictos*, 9(2), 151-178.
- Echeverri, G., Wolter, R.P., & Peixoto, Á. (2019). Redes sociales digitales y pensamiento social: el caso de la ocupación de las escuelas de Río de Janeiro. *Psicología, Pensamiento y Sociedad*, 9(1), 106-131. DOI: <http://dx.doi.org/10.26864/PCS.v9.n1.9>
- Farr, R.M. (2013). *As raízes da Psicologia Social moderna*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Ferreira, M.C. (2010). A psicologia social contemporânea: principais tendências e perspectivas nacionais e internacionais. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 26, 51-64.
- Flament, C., & Rouquette, M.-L. (2003). *Anatomie des idées ordinaires : comment étudier les représentations sociales*. París: Francia: Armand Colin.
- Freire, P. (1996). *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo, SP: Paz e Terra.
- García J. L. (2015). La teoría de la comunicación como matriz. *Nueva Época*, 23, 45–65.
- Galeano, E. (2002). Entrevista para el programa Singulares. Barcelona: Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=GaRpIBj5xho>.
- Geertz, C. (2012). *O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Gomes, A.M.T., & Oliveira, D.C. (2007). A estrutura representacional de enfermeiros acerca da enfermagem: novos momentos e antigos desafios. *Revista Enfermagem UERJ*, 15(2), 168-175.

- Gumucio, A.; & Tufte, T. (Eds.). (2006). *Communication for Social Change Anthology: Historical and Contemporary Readings*. Nueva York, NY: Communication for Social Change Consortium.
- Hall, S. (1983). Cultural identity and diáspora. *Frameworks*, 35.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Jiménez, L. (2014). Repensando la Comunicación: Reflexiones sobre la Comunicación Popular Comunitaria. In Colciencias – Universidad de Antioquia, *Nuestras Voces sobre Seguridad Humana en Medellín: Diálogos sobre seguridad* (pp.186-205). Medellín, Colombia: Kinesis-Colciencias-Universidad de Antioquia.
- Jodelet, D. (1989). *Représentations sociales*. París : Francia : PUF.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K.A. (Orgs). (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K.A. (2011). *Theories of human communication*. Long Grove, IL: Waveland Press.
- Mata, M. C. (2011). Comunicación popular. Continuidades, transformaciones y desafíos *Oficios Terrestres*, I(26), 1–22. Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/982/1031>
- Garcés, Á. & Jiménez, L. (Eds.) (2016). Comunicación para la movilización y el cambio social. Medellín: Universidad de Medellín – Colciencias - CIESPAL - Ciudad Comuna – Passolini – Com-vivamos. Recuperado de: <https://books.google.com.co/books?id=GpN6swEACAAJ>
- Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public*. París : Francia : Presses Universitaires de France.
- Moscovici, S. (2012). *A psicanálise, sua imagem e seu público*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Moscovici, S. (1989). Des représentations collectives aux représentations sociales. In D. Jodelet (Org.), *Les représentations sociales*. París : Francia : Presses Universitaires de France.
- Mucci, L. I. (2006). Signos do corpo: Réquichot, Barthes e nós, os outros. *Alea*, 8(2), 219-229.
- Oliveira, D.C., Marques, S.C., Gomes, A.M.T., & Teixeira, M.C.T.V. (2005). Análise das Evocações Livres: uma técnica de análise estrutural das representações sociais. In A.S.P. Moreira; B.V. Camargo; J.C. Jesuíno; S.M. Nóbrega (Orgs.), *Perspectivas Teórico-Methodológicas em Representações Sociais* (pp. 573-603). João Pessoa, PA: Editora Universitária da Universidade Federal da Paraíba.
- Real, R., & Vargas, J. M. (1996). The probabilistic basis of Jaccard's index of similarity. *Systematic biology*, 45(3), 380-385.

- Ritzer, G. (1993). *Teoría sociológica contemporánea*. Madrid: España: McGraw-Hill.
- Rocha, C.A., Bustamante, P., Gumucio, A., & Cortés, C. (2014). La constitución del campo de la comunicación, el desarrollo y el cambio social : un campo de resistencia al paradigma dominante. In A.I. Mora, *Comunicación Educación un campo de resistencias* (pp. 455-531). Bogotá : Colombia : Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Rouquette, M.-L. (1998). *La communication sociale*. París: Francia : Dunod.
- Rouquette, M.-L. (2009). *La pensée sociale : perspectives fondamentales et recherches appliquées*. Toulouse: Francia: Éditions Érès
- Sá, C.P. de. (1998). *A construção do objeto de pesquisa em representações sociais*. Rio de Janeiro, RJ: EdUERJ.
- Sá. C.P. de. (2015). *Estudos de Psicologia Social: história, comportamento, representações e memória*. Rio de Janeiro, RJ: EdUERJ.
- Torres Carrillo, A. (1993). La educación popular: evolución reciente y desafíos. *Pedagogía y Saberes*, 4, 13-26. <https://doi.org/10.17227/01212494.4pys13.26>
- Villamayor, C. (2014). Disrupción, comunicación y emancipación. *Oficios terrestres*, 31, 49-59.
- Wachelke, J., & Wolter, R.P. (2011). Critérios de construção e relato da análise prototípica para representações sociais. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 27(4), 521- 526.
- Wolter, R. P. (2009). Les objets à forte valence affective : la notion de *nexus*. In M.-L. Rouquette, *La pensée sociale : perspectives fondamentales et recherches appliquées* (pp. 59-72). Toulouse : Francia : Éditions Érès.
- Wolter, R.P., Gurrieri, C., & Sorribas, E. (2009). Empirical illustration of the hierarchical organization of social thought: a domino effect? *Interamerican Journal of Psychology*, 43(1), 1-11.
- Wolter, R.P., & Sá, C.P. de. (2013). As relações entre representações e práticas : O caminho esquecido. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, 23(1-2), 87-105.

ANEXO FOTOGRÁFICO TRABAJO DE CAMPO



Recorrido fotográfico-equipo de periodistas comunitarios (01-noviembre-2014)



Ejercicio de teatro del oprimido (11-junio-2016)



Radio La Terraza en la Casa para el Encuentro Eduardo Galeano y la Sala de Lectura Palabras al Viento — con Yorlady Benjumea, Mateo Guerra Cardona y Elizabeth Espinosa Arango. (11-julio-2015)



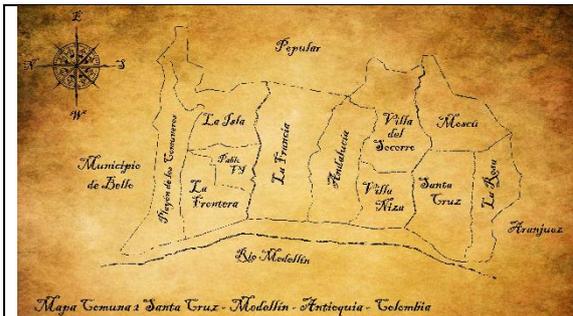
Primer grupo focal: encuentro diálogo de saberes y elaboración de atrapasueños ¿Dónde termina el arcoiris, en tu alma o en el horizonte? (16-diciembre-2015)



Segundo grupo focal: encuentro diálogo de saberes. La pregunta como punto de partida. (16-diciembre-2015)



Segundo grupo focal: encuentro diálogo de saberes. La pregunta como punto de partida. (16-diciembre-2015)



Mapa uno del territorio Comuna 2-Santa Cruz (16-diciembre-2015)

Mapa dos del territorio Comuna 2-Santa Cruz (16-diciembre-2015)



¿Te gustan los procesos radiales?

Acompáñanos en el espacio de Periodistas Comunitarios, para que te enteres del proceso de Radio La Terraza y la forma en que te puedes vincular a él.

Fecha: Viernes 18 de marzo de 2016
 Hora: 5:00p.m.
 Lugar: Casa para el Encuentro Eduardo Galeano
 Calle 105a N°48aa - 58 - Villa del Socorro



Periodistas Comunitarios en la Casa para el Encuentro Eduardo Galeano— con Jhony Alexander Díaz y Angie Alejandra Guerra. (18-marzo-2016)

Ponencia acerca del *Día Naranja* Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) Ecuador-Quito (30-junio-2016)



Ponencia acerca del *Día Naranja* Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) Ecuador-Quito (30-junio-2016)

Edición 80 (26-marzo-2018)

5.

| | |
|---|--|
|  |  |
| <p>Aniversario 10 años y 80 ediciones (26-marzo-2018)</p> | <p>Propuesta Bono Solidario: búsqueda de recursos para continuar con el fortalecimiento de los procesos de comunicación comunitaria de la Corporación Mi Comuna y el sostenimiento de la Casa Para el Encuentro Eduardo Galeano (18-marzo-2018)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bono Personal Participas por un cuadro en grafito de Pepe Mujica o uno de Mario Benedetti Aporte Solidario: \$15.000 2. Bono Corporativo Participas por un vídeo de 5 minutos para tu organización o proceso. Aporte Solidario: \$30.000 |
|  |  |
| <p>Ejercicio de evocaciones libres en el barrio Villa del Socorro (06-diciembre-2018)</p> | <p>Ejercicio de evocaciones libres en el barrio Villa del Socorro (06-diciembre-2018)</p> |