

El proceso es el modelo. Hacia el estudio de recepción de radios comunitarias

The process is the model. Towards the reception study of community radios

O processo é o modelo. Para o estudo de recepção de rádios comunitárias

Carlos Eduardo VALDERRAMA HIGUERA
Universidad Central de Bogotá / cvalderramah@ucentral.edu.co

Sandra Liliana OSSES RIVERA
Universidad Central de Bogotá / sosser@ucentral.edu.co

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Monográfico, pp. 113-128)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 26-02-2019 / Aprobado: 10-07-2019

Resumen

Este artículo presenta de manera sintética la propuesta de un modelo para estudios de recepción de radios comunitarias, el cual es el resultado de un proceso de investigación colaborativa con cinco radios comunitarias de Bogotá, Cundinamarca, Boyacá y Santander. Bajo el presupuesto de que es un modelo abierto y que no pretende ninguna universalidad, deja planteados algunos presupuestos teóricos y metodológicos orientadores y presenta una ruta con el fin de que otras experiencias radiofónicas comunitarias puedan adaptarla a sus propios contextos y procesos históricos de su conformación.

Palabras clave: estudios de recepción; radios comunitarias; territorios comunicativos; práctica social

Abstract

This article shows in a concise way the proposal of a model for reception studies of community radios. This is result of a collaborative research process with five community radio stations in Bogotá, Cundinamarca, Boyacá and Santander. Under the assumption that it is an open model and that it does not claim universality, the authors leaves some guiding theoretical and methodological assumptions and presents a route so that other community radio experiences can adapt it to their own history and contexts of conformation.

Keywords: reception studies; community radios; communicative territories; social practice

Resumo

Nesse artigo apresenta-se de forma breve a proposta de um modelo de estudos de recepção de rádios comunitárias, resultante de um processo de pesquisa em colaboração com cinco rádios comunitárias em Bogotá, Cundinamarca, Boyacá e Santander. Partindo da ideia de que é um modelo aberto e de que não reivindica qualquer um universalidade, colocando planteos teórico-metodológicos orientadores e que apresentam um roteiro para que outras experiências radiofônicas comunitárias possam adaptá-lo a seus próprios contextos e processos históricos.

Palavras-chave: rádios comunitárias; territórios comunicativos; prática social

1. Introducción

Los estudios de recepción en Colombia han mantenido una deuda con los denominados medios comunitarios. Si bien en los primeros años de la constitución del campo académico de la comunicación en el país -en las décadas de los sesenta y setenta y bajo la perspectiva de la llamada comunicación popular y el enfoque funcionalista de la comunicación para el desarrollo-, se prestó atención a algunas prácticas comunicativas en esta dimensión particular de la relación medios-sociedad, las agendas de investigación y de formación académica invisibilizaron los procesos de recepción y los subsumieron en el ámbito de los estudios de audiencia de los medios comerciales de comunicación.

Retomando algunos estados del arte y balances de los últimos años (Martín-Barbero & Téllez, 2006; Valderrama, Rojas & González, 2011; Bonilla, 2012; Bermejo, 2018), sorprende la escasa producción académica colombiana sobre recepción de medios comunitarios. Ello a pesar de que desde los estudios rastreados se destaca el valor estratégico en la construcción de sociedad que tienen estos medios, a la vez que se coincide en señalar que se constituyen en importantes espacios de participación y expresión de narrativas diferentes a las de los medios comerciales (Valle, 2012), que expresan proyectos y sentidos de comunidades particulares en contextos locales (Rodríguez, 2012) y que están llamados al desarrollo y la participación de la comunidad (Álvarez, 2008).

Sobre el tema específico de los estudios de recepción se encuentra una propuesta relativamente reciente que pretende subsanar el vacío mencionado. Nos referimos al manual metodológico “Analizar audiencias, construir nuestros sueños” realizado por Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Valencia, Tamayo & Rojas, 2012). Este traza como objetivo entregar herramientas para que las emisoras comunitarias puedan analizar las audiencias y ampliar su base de oyentes. Propone que la radio comunitaria se distancie de la comercial a través de incrementar el diálogo con sus oyentes, asumir a las audiencias como centro del proceso comunicativo y comprender a los medios como espacios para la configuración de ciudadanías comunicativas. Metodológicamente, la propuesta abarca dimensiones tanto cuantitativas como cualitativas y propone la producción colaborativa de productos radiales y la intervención en procesos sociales, además de las herramientas tradicionales como la encuesta, la entrevista y los grupos focales.

Aún con estos esfuerzos, en el conjunto de la producción académica e institucional se sigue asumiendo la noción de audiencia como principio estructurante de la recepción y se desconocen los procesos mismos. Se siguen pensando los medios como “herramientas”, como “escenarios” y, metodológicamente, se continúan planteando dinámicas desterritorializadas y externas a la singularidad de los procesos y contextos de los medios comunitarios.

De esta suerte, las emisoras comunitarias carecen hoy de referentes confiables sobre las prácticas de recepción, pues los estudios de las radios comerciales no dan cuenta de ellas y los inestables e inciertos reportes de audiencia a través de internet o de la llamada telefónica no son suficientes.

En lo que sigue, se propone un conjunto de presupuestos que fundamentan teórica y metodológicamente la construcción de un modelo para estudios de recepción de radios comunitarias y se muestra el proceso colaborativo de su construcción adelantado con las emisoras: Vientos Stereo 94.4 fm, Suba al Aire 88.4 fm, Amigos de Chocontá 101.3 fm, Independencia Stereo 106.6 fm y Mirador Stereo 103.2 fm. En la primera parte, como punto de referencia, mostramos los principales enfoques de los estudios de recepción en Colombia; en un segundo momento dejamos planteados en líneas generales los presupuestos teóricos que orientan el modelo de recepción y, en las dos últimas partes, presentamos la fundamentación metodológica y los componentes del modelo.

2. De los estudios de audiencia a los estudios de recepción.

Los trabajos de Fox (1981), Anzola & Cooper (1985) y Anzola (1988) realizaron una revisión crítica del desarrollo académico e institucional de la comunicación en Colombia desde los años sesenta y setenta, y encontraron tres grandes problemáticas: los efectos de los medios masivos y sus usos en programas de desarrollo, el análisis de las audiencias y “el estudio de los procesos de difusión, adopción y el papel de la comunicación en la modernización y el desarrollo rural” (Fox, 1981, p. 146).

Más allá de estas problemáticas y del hecho de que se hubieran concentrado en las áreas de salud, educación y desarrollo rural, lo importante de reseñar es que la conformación del campo de la comunicación y de los estudios de recepción en estos años estuvo enmarcado en el proyecto modernizador del país y en las políticas públicas que se produjeron para tal fin (Martín-Barbero, 1997). La academia y el Estado, bajo las perspectivas del “desarrollo” y el “progreso”, asumieron la comunicación y los medios de comunicación como una gran estrategia para adelantar el proceso modernizador y conformar un sujeto moderno que apalancara las dinámicas de urbanización, industrialización y, sobre todo, agroindustrialización y modernización del campo colombiano.

Según los autores citados, la comunicación rural se mantuvo en la década de los años setenta como eje temático prioritario y, desde el punto de vista metodológico, se privilegió la perspectiva positivista con el análisis de contenido, el análisis de los efectos de los mensajes en la audiencia, la caracterización de la difusión y los canales de comunicación en los sectores rurales así como la evaluación “del rendimiento de programas educativos emitidos a través de la radio y la televisión” (p. xviii).

Así, los trabajos de estos años también se propusieron conocer al sujeto “receptor” y la manera como éste podría transformarse desde su “condición

premoderna” a la de un sujeto moderno, es decir, a la de un sujeto racional (Valderrama, et al. 2011, p. 27).

A mediados de la década de los años ochenta, aquellos enfoques contruidos a partir de las teorías informacionistas y conductistas, comenzaron a ser interpelados por los estudios culturales. La pregunta por las audiencias se resituó y se comenzó a interrogar por los modos en que los públicos realizan los consumos culturales y usan socialmente los medios masivos de comunicación, especialmente la televisión (Martín-Barbero & Téllez, 2006). De acuerdo con Bonilla esta ruptura se dio a partir del acento ya no en los procedimientos de modernización de las mentes y corazones de los campesinos, por la vía de la difusión, la cohesión y el consentimiento social institucionalizado, sino en los procesos complejos de vivir la modernidad en América Latina, lo que llevó a prestar una especial atención a la problemática de la cultura popular. (2012, p. 43)

Hemos señalado este contexto histórico, para resaltar el hecho de que los primeros estudios de audiencias y de recepción en Colombia y en América Latina se instalan en el corazón de los procesos de constitución de la modernidad y, un poco más tarde, en la consolidación de las industrias mediáticas.

Ahora bien, la incorporación de las dimensiones cultural e ideológica formó parte de una tendencia general en los estudios de comunicación en varios países (Corominas, 2011) y de paso fue uno de los procesos claves que permitieron deslindar los estudios de audiencias de los de recepción. De acuerdo con Bermejo (2018), en general los estudios de audiencias se interesan por cuantificar la exposición a los medios y los hábitos de consumo, estando atravesados por la necesidad que tienen los medios, especialmente los comerciales, de financiarse a través de la publicidad. Por el contrario, para el autor citado, los estudios de recepción se concentran más en los usos que hacen los públicos de los medios.

En América Latina se consolidó una perspectiva particular que deja un poco de lado el enfoque causal (la idea de los efectos de los medios) y enfatiza en las matrices y las mediaciones culturales (Martín-Barbero, 1993 [1987]) que están en la base de la interacción entre las audiencias y los medios de comunicación. Desde la perspectiva cultural y crítica, la audiencia deja de ser un objeto para convertirse en sujeto de la comunicación y la recepción. Un sujeto que, desde su lugar cultural y sus modos de interacción con los medios, produce sentidos.

Para el caso de Colombia, es de señalar que existe una paradoja en los estudios sobre medios realizados en las últimas décadas. Esta consiste en que, a la par de la apertura a temas y problemas, se presenta un reduccionismo en materia de poblaciones y de medios. En efecto, y de acuerdo con los balances realizados por Valderrama, et al. (2011) y Bonilla (2012), encontramos que se privilegian los estudios sobre los niños/niñas y jóvenes, de un lado, y sobre la televisión, del otro. Resaltamos este hecho, porque la sobrevaloración socio-académica que la investigación en comunicación le ha dado a los medios hegemónicos y dentro de ellos a la televisión, ha invisibilizado y menospreciado el papel de los medios comunitarios y en especial el de la radio comunitaria,

como si en el fondo se pensara que esos otros medios, los comunitarios, los de barrio, los locales, no aportaran a la construcción de una esfera pública (...), a la construcción de tejido social, a las pequeñas narraciones que finalmente configuran los imaginarios de lo que realmente somos. (Valderrama, et al. 2011, p. 143)

En este sentido, creemos importante volver la mirada a la comunicación comunitaria, a los procesos de producción de sentidos sobre lo comunitario y especialmente a las prácticas de recepción, como una forma de ampliar las fronteras y desanclar las prácticas académicas de los reduccionismos que mencionamos anteriormente.

3. Presupuestos orientadores del modelo¹

3.1 La recepción como práctica social.

Según el enfoque de las prácticas sociales, no existen acciones individuales aisladas que constituyan por sí mismas prácticas sociales. La práctica social es un tipo de acción y de comportamiento rutinizado (Reckwitz, 2002) que involucra un conjunto de agentes que interactúan coordinadamente entre sí y con los objetos que los rodean; implica un conjunto de acciones y prácticas discursivas que incluyen un conjunto de representaciones e imaginarios, normas, conocimientos, saberes, instrucciones, opiniones y valores éticos y estéticos (Olivé, 2005). Estas dimensiones implican, a su vez, el conocimiento del contexto en la forma de entendimiento compartido, conocimientos técnicos, estados de la emoción y conocimiento motivacional (Reckwitz, 2002).

Así, para el autor citado, el sujeto individual es el portador de una práctica (en realidad de muchas prácticas) en la cual participa con otros actores de manera rutinaria a partir de entendimientos compartidos relacionados con el comprender, el saber hacer y el desear, además de expresar patrones de comportamiento corporal que la configuran. De este modo: “una práctica es así una forma rutinaria en la que los cuerpos son movidos, los objetos son manipulados, los sujetos son tratados, las cosas son descritas y el mundo es entendido” (Traducción propia), (Reckwitz, 2002, p. 250).

En este sentido, leer el periódico, ver la televisión, navegar por una página web o escuchar la radio no es un acto aislado y momentáneo de un individuo desmarcado de la cultura y del tejido social. Toda acción individual de interacción con los medios de comunicación forma parte de un conjunto de acciones, lógicas, modos de hacer y de decir, formas de sentir y estar, sentidos éticos y estéticos que son de carácter colectivo, que están inscritas en la cultura y que conforman una práctica.

1 Apartes de los desarrollos siguientes se encuentran en el Informe Final del proyecto de investigación y es posible que sea publicado en medios institucionales.

Esto significa que la recepción en tanto práctica social no está centrada en el sujeto, ni reside en la interacción de este sujeto con un medio de comunicación, sino que emerge en el “entre” de las múltiples relaciones que los sujetos establecen con otros sujetos, con los artefactos, con los cuerpos y los medios que median estas relaciones, con los discursos y con los sentidos que se comparten. Los distintos componentes que constituyen la práctica social de la recepción de radio comunitaria, son la expresión de una compleja red de relaciones contextualizadas y situadas cultural y espaciotemporalmente, en el marco de las cuales emerge la dinámica tanto de la producción de sentido de lo comunitario como la práctica misma de recepción de medios comunitarios.

Vista así la recepción, podremos empezar a preguntarnos desde otro lugar por los procesos cotidianos de comunicación comunitaria, por las dinámicas culturales que entran en juego en las interacciones agentes-oyentes-emisoras comunitarias, por las contradicciones que emergen en los proyectos de comunidad política y estética que se ponen de manifiesto.

3.2 La recepción en perspectiva territorial

Entender las prácticas de recepción contextualizadas cultural y espaciotemporalmente nos lleva a asumir un enfoque territorial de la recepción. En este sentido, trabajamos la idea de *territorio comunicativo* como punto de partida para contextualización. Para dar cuenta de esta noción, brevemente mostraremos las relaciones existentes entre el espacio geográfico y el territorio, de tal modo que podamos inscribir, en el marco de esa relación, el componente comunicativo.

A tono con la geografía crítica, el espacio geográfico no es entendido como un espacio contenedor de objetos o escenario de las acciones sociales, sino como un espacio social, esto es, producido por las relaciones sociales (Delgado, 2003). Relaciones sociales que implican no solo las que se dan entre los sujetos, sino también las de éstos con la naturaleza y, en general, con los llamados actores no humanos (teoría del actor red).

Este espacio así producido, es también apropiado, asumido y vivido por los agentes de esas mismas relaciones, de tal forma que deja de ser un espacio para convertirse en un territorio. En un mismo espacio geográfico existen muchos territorios y un territorio puede ocupar varios espacios geográficos. El territorio, así entendido, contiene, y a su vez está constituido, por los sentidos históricos de las prácticas sociales, cualquiera ellas sean: deportivas, artísticas, políticas, etc.; por los espacios públicos que simbolizan y significan acontecimientos del pasado y del presente; por espacios públicos que albergan acciones colectivas; por configuraciones y ordenamientos espaciales que resultan de la tensión entre lo público y lo privado; en última instancia, por toda la dinámica relacional contextualizada, situada.

Es claro, entonces, que el territorio es multidimensional en tanto los sentidos de su apropiación y las formas de su producción involucran dimensiones políticas, socioeconómicas, culturales, educativas y, por supuesto, comunicativas. Esas apropiaciones del espacio geográfico emergen de múltiples interacciones entre diversos agentes que configuran relaciones de poder que entran en disputa por el territorio. Disputas y negociaciones constituidas por flujos y reflujo comunicativos, mediáticos o no mediáticos, que además hacen que el territorio esté en movimiento.

Desde este punto de vista, las prácticas de recepción de las radios comunitarias se desarrollan territorialmente. No porque sus oyentes estén establecidos en un espacio sociogeográfico determinado, sino por los circuitos comunicativos que están en la base de las relaciones de poder que configuran la práctica social de la recepción. El territorio comunicativo habla de los tiempos y los espacios de interacción, de los juegos de poder, del diálogo que establecen los y las oyentes en función de lo local y de las maneras como en la vida cotidiana se vive, se representa y se tiene la experiencia de “eso” local.

Dice Raffestin que el “espacio se convierte en territorio de un actor desde el momento en que éste se inserta en una relación de comunicación” (2011, p. 104) y por ello podemos decir que el territorio es un espacio construido y apropiado por un actor que comunica en el marco de un sistema sémico (Raffestin, 2011), o lo que viene siendo lo mismo, en el marco de un sistema de significación compartido en la práctica social.

3.3 La recepción como red de relaciones

Como lo planteamos anteriormente, la práctica social la constituye un conjunto de red de relaciones entre agentes humanos y no humanos que ocupan diferentes lugares en la configuración y estructuración de dicha práctica. Y cuando decimos diferentes lugares nos referimos al lugar que ocupa cada actor en la producción de la práctica.

En tanto entendimiento compartido y acción rutinizada, los conocimientos de la experiencia, los sistemas valorativos, los regímenes de lo sensible y las mediaciones tecnológicas y ambientales entran en juego en la producción de la práctica de la recepción. Es algo así como un diálogo que ocurre, en diversos momentos, en diversos lugares y con diferentes mediaciones tecnológicas y ambientales, entre saberes que se interpelan, entre sensibilidades y subjetividades que se confrontan permanentemente y entre corporalidades que se cruzan espaciotemporalmente. Diálogo que finalmente viene a conformar un espacio de lucha por la producción de sentido.

La práctica de la recepción ocurre en medio de las relaciones y las interpelaciones entre los distintos actores: el o la oyente con el medio comunitario, entre éste y las instituciones, entre los mismos oyentes, entre otras personas o grupos que no necesariamente son oyentes y la emisora. Dichas

relaciones e interpelaciones objetivan a su vez múltiples mediaciones que los agentes intervinientes efectúan. Por ejemplo, la mediación que realizan las emisoras comunitarias entre las instituciones nacionales, regionales o locales del Estado y los oyentes; la mediación que efectúa un oyente entre la emisora y otro oyente cuando analiza, comprende y replica un contenido radiofónico; la mediación estética, ética y política que un programador ejerce entre un universo de sentido y sus oyentes cuando diseña, produce y emite un contenido; las mediaciones que realiza la emisora entre lo local y lo global; entre otras diferentes mediaciones.

Pero como no podemos concebir las relaciones sociales por fuera de las relaciones de poder (Foucault), las prácticas de recepción son en esa medida espacios de lucha por la producción de sentido. En el ecosistema comunicativo mediático se expresan y se construyen los diversos sentidos de orden que resultan de la tensión hegemonía-contrahegemonía. En la recepción intervienen fuerzas y contrafuerzas, disputa de éticas, estéticas y creencias; convergen diferentes intereses y distintos sentidos de lo comunitario; diversos sentidos de lo local-global, de lo que debe ser el orden social, de lo público, del sentido de la vida cotidiana, entre otros aspectos.

Por lo anterior, diremos que la recepción desde una perspectiva relacional es una permanente negociación de sentidos, pues no olvidemos que la comunicación, lejos de pura y simple transmisión de información, es un proceso en el cual emergen y se construyen sentidos del mundo.

3.4 La recepción como diversidad.

Para ser coherentes, tendríamos que empezar por reconocer la pluralidad y hablar entonces de prácticas de recepción. Y por ello, es necesario identificar los distintos modos de producción de diversidad en dichas prácticas.

La más obvia corresponde a las condiciones objetivas de las prácticas de recepción y de las posiciones de sujeto, es decir, las variables que tradicionalmente tienen en cuenta los estudios de audiencia: edad, género, estrato socioeconómico, entre otras.

Sin embargo, dado el carácter relacional de la recepción, esta no es otra cosa que subjetividades puestas en juego, en interacción. Aunque las acciones individuales forman parte de una práctica compartida social y culturalmente, no todas las personas sienten, viven, piensan, valoran, ni actúan de la misma manera. La edad, las creencias políticas y las religiosas o espirituales, el género, la procedencia regional, los intereses personales, entre muchas otras mediaciones, hacen que las formas de interactuar con los medios de comunicación y con los demás oyentes sean diferentes, no solo en términos de los usos y apropiaciones que se hacen de ellos, sino también en términos de los sentidos que se construyen en la interacción comunicativa con ellos.

En este sentido, la diversidad en las prácticas de recepción no está en el sujeto en sí mismo sino en aquello que resulta de las interacciones, desde su lugar de agencia, con los demás sujetos y con las radios comunitarias mismas. Y estas últimas son, desde luego, fuente de diversidad.

Por eso, y aunque parezca obvio, las prácticas de recepción son heterogéneas porque desde los propios proyectos de comunicación comunitaria así se define. Es en los modos de producir, en la variedad y diversidad de la programación, en las maneras de relacionarse con los oyentes y con los agentes e instituciones locales, como la radio comunitaria crea oyentes diversos y prácticas de recepción también diversas. Dice acertadamente Villamayor (2014) que la radio comunitaria generó en América Latina una de las experiencias más ricas en la conformación de comunidades culturales diversas y de generación de identidades plurales en comunicación.

La diversidad de la recepción en cuanto práctica social, es también producto de la historia del medio comunitario y se inscribe en las prácticas y los sentidos de la cultura. Esto quiere decir que la emisora forja sus propios públicos y a las diversas maneras como estos se apropian y usan los contenidos. Las historias de los medios y el devenir de los contextos crean diversidad en las prácticas de recepción, no solo en el interior de cada experiencia de comunicación comunitaria, sino también en el panorama de la radio comunitaria del país.

Para finalizar este tercer apartado, solamente diremos que desde estas cuatro grandes intuiciones teóricas -que nacieron de las dinámicas del grupo de investigación, de la revisión teórica de viejos y nuevos autores y se nutrieron significativamente en el diálogo con las experiencias que participaron en el proyecto-, se fue perfilando un esquema para construir una nueva manera de entender las prácticas de recepción de las radios comunitarias y que, como veremos más adelante, están en la base del modelo para el estudio de la recepción que proponemos.

4. La concreción de la propuesta: El proceso es el modelo

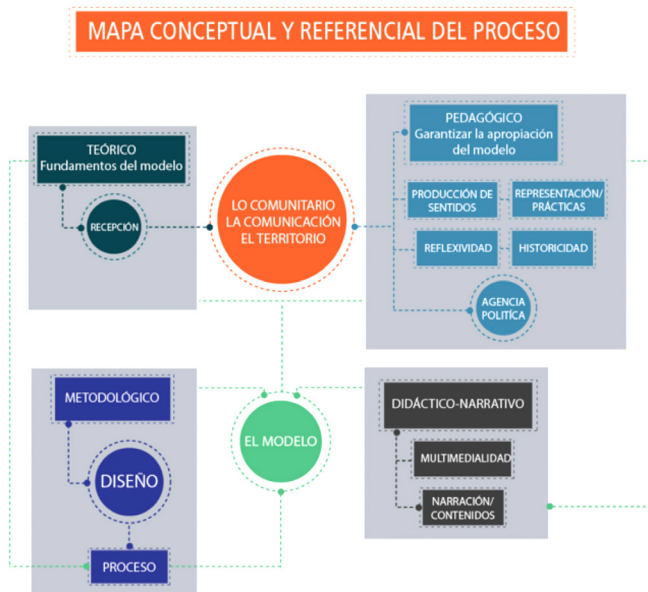
La propuesta epistemológica adoptada en este proyecto pone en diálogo elementos de las teorías de la complejidad (Rolando García), elementos provenientes de teorías de la auto-organización y ligadas al desarrollo y el diseño (Maturana, Varela y Escobar) y perspectivas vinculadas a epistemologías disruptivas, así como metodologías participativas y encarnadas (Fals, Zemelman, Freire, Villasante) y esta apuesta de sentido se concreta en la premisa: **el proceso es el modelo**. Es decir, la construcción del proceso que se desarrolla en el corazón del diálogo de saberes, la reflexividad y las prácticas cotidianas configura el modelo y no al revés, como suele pensarse tradicionalmente la idea de modelo como marco estático y predecible de la acción. Esto implica pensar en la posibilidad de diseñar uno que dé cuenta de totalidades organizadas, sin renunciar a las particularidades y las emergencias. Se trata de una concepción

compleja del modelo que nos desafía a proponer un diseño que permita la generatividad y la adaptabilidad para dar cuenta de procesos que abran caminos hacia la construcción integral y colaborativa y por ende hacia la autonomía, tomando distancia (sin negarlo) del pensamiento racional moderno basado en el dualismo ontológico. En este sentido, Escobar afirma que:

...tanto la actividad reveladora como el hacer frente a las rupturas implican ir más allá de la idea comúnmente aceptada de que el mundo funciona en términos de representaciones mentales individuales de un ‘problema’; en cambio, avanzan hacia una perspectiva de interacciones sociales modeladas y contextualizadas — es decir, una perspectiva que destaca nuestra participación activa en ámbitos de interés común (...) Esto resuena con una filosofía del diseño que enfatiza prácticas de investigación de diseño comprometido, experimentales y abiertas, incluyendo la creación de prototipos y la construcción de escenarios con esta característica” (2016, p.131)

Desde esta comprensión, la propuesta de construir un modelo que favorezca la replicabilidad y la sostenibilidad de la recepción en las radios comunitarias no riñe con la idea de autonomía, generatividad y adaptabilidad que sugiere la apuesta epistemológica del proyecto, en tanto se concreta en la idea de que la recepción es una práctica social, tal como se ha visto en páginas anteriores.

La siguiente gráfica muestra el mapa referencial que explica la forma en que fue construido el modelo desde el proceso y en coherencia con la apuesta epistemológica:



Como se puede ver, el mapa incorpora cuatro componentes entre los que existen relaciones de interconexión profunda marcadas por la producción de sentido de lo comunitario en su relación con la comunicación y el territorio.

El componente teórico fundamenta la construcción del modelo de recepción y se desarrolló ampliamente en la primera parte de este artículo.

En cuanto al metodológico, éste se orienta desde una perspectiva epistémica, tal como la concibe Zemelman (2004). Para este autor, a diferencia del pensamiento teórico que trae desde el exterior de los procesos unas categorías para pensar instrumentalmente sus realidades, el pensamiento epistémico está centrado en la problematización y la puesta en relación de categorías teóricas y técnicas de investigación que se construyen desde el problema, desde sus contextos y desde sus matrices de sentido.

Así, el proyecto se planteó a partir de una perspectiva cualitativa centrada en la relación sujeto-sujeto y organizada en torno al diálogo de saberes como lugar de la producción de conocimiento. Se retomaron experiencias metodológicas de la educación popular y comunicación participativa que, junto con técnicas provenientes del repertorio etnográfico como la observación y la entrevista, permitieron diseñar una estrategia con un enfoque participativo o implicativo (Villasante, 2006) para lograr procesos de co-investigación con los sujetos de la investigación.

Con el uso de dispositivos como la representación gráfica, los mapas, las lecturas colectivas, los simulacros radiales, entre otros, nos acercamos colaborativamente a la recepción, es decir, a la indagación por las prácticas de los sujetos oyentes, a los sentidos que se le otorgan a los medios comunitarios en perspectiva territorial, así como a la interacción de éstos/as oyentes con los sujetos-productores y con aquellos otros agentes que constituyen la comunidad que rodea las emisoras (artistas, ex-programadores, locutores/as, líderes comunitarios, ONG, funcionarios locales, entre otros).

Sobre estas precisiones, se puede afirmar que el modelo propuesto no constituye un repertorio de construcciones fijas repetibles de manera idéntica, sino una estructura de acción que parte de la reflexividad y se sitúa en el movimiento mismo de la vida cotidiana. Esta relación, propone una comprensión del movimiento como saber, de la acción como conocimiento (enacción), de las relaciones como diálogo que produce realidades situadas.

Consecuentemente, lograr este diseño particular del modelo concebido como proceso, implica incorporar de forma integral una perspectiva pedagógica, que garantice su replicabilidad, adaptación y escalabilidad. Como ya se ha mencionado, esta perspectiva se incorpora desde la concepción misma de diálogo de saberes y se orienta desde la idea de la praxis, comprendida tal como lo propone Freire, como la puesta en diálogo de acción y reflexión. En estas coordenadas, se concibe la pedagogía como una relación y como un constante movimiento que vincula a los sujetos en el proceso de construcción de conocimiento de las prácticas de recepción. Para poner en juego esta apuesta en

el funcionamiento del modelo, se diseñó una estructura no lineal que favorece el proceso a partir de una representación de la relación pedagógica como un espiral. En dicha propuesta, el estudio de recepción plantea un movimiento que articula conocimiento y experiencia en la mediación dialógica y facilita la traducción del proceso en una cartilla que mostrando el proceso formula el modelo.

Aún queda por explicar un componente, que hemos denominado didáctico-narrativo. Se propone este binomio con la idea de cristalizar el modelo en un lenguaje apropiado (en el sentido de apropiación) y comunicable, usando como soporte de circulación la multimedialidad. Así, para su desarrollo se creó una cartilla multimedia que funciona como una partitura dinámica que despliega el componente didáctico-narrativo marcando el ritmo para organizar la acción colectiva que permite ejecutar y afinar el estudio de recepción, que no es otra cosa que un proceso de investigación y producción de conocimiento anclado en lo territorial y dinamizado en lógicas relacionales y diversas.

6. Conclusiones

La cercanía de la producción de este artículo con la finalización del proceso de investigación-acción deja, seguramente, algunos elementos por profundizar y abre vetas para nuevos estudios y formulaciones teórico-epistemológicas en los estudios de recepción de radios comunitarias. Así, lo que proponemos a manera de conclusiones es más un conjunto de pistas, preguntas y aperturas que pretenden invitar a la comunidad académica, a los mismos radialistas y a sectores interesados, a dialogar con esta propuesta de modelo de recepción.

En primer lugar, se enfatiza en la idea de que el proceso es el modelo, lo cual implica que este aparente final del recorrido, bien puede constituirse en un nuevo punto de partida. Ello en razón a que el proceso de estudio de recepción es un movimiento continuo porque la producción de sentidos sobre lo comunitario y las dinámicas de los proyectos comunicativos de las emisoras siempre están en movimiento, configurando y reconfigurando la recepción.

Desde el punto de vista pragmático, la perspectiva reflexiva que orientó el proceso permitió desmitificar los estudios de medición de audiencias, en al menos dos sentidos: Por una parte, que los estudios de audiencias no son la medida absoluta de los procesos de recepción ni son la base para la sostenibilidad de las emisoras; entender la recepción como una práctica social develó que existen muchas otras caras de la recepción cuyo abordaje solo es posible a través de estrategias dialógicas y participativas del conjunto de agentes involucrados en el proceso. Por otra parte, se evidenció que trabajar sobre el hecho de que las prácticas sociales de recepción se configuran a partir de las interacciones entre los diversos agentes; que involucran entendimientos compartidos alrededor de la producción de sentidos sobre lo comunitario, lo público-político, lo local, entre otros asuntos; y que emergen desde los procesos y los contextos históricos de las

propias emisoras, llevó a entender que su comprensión no puede reducirse a los clásicos estudios de audiencia. Ni la conceptualización, ni las metodologías de los estudios de recepción pueden, entonces, configurarse bajo los mismos raceros de los estudios de las radios comerciales.

En términos metodológicos, se logró la puesta en escena de formas de diálogo y reflexividad que son aportes vitales en la construcción de conocimiento situado, más cuando se trata de procesos sociales y comunitarios. En particular, una de las novedades que se propusieron en el estudio fue la generación de lo que denominamos *Instrumentos Anclados*, para referirnos a algunos instrumentos de producción de información, diseñados de tal forma que emergen desde el propio corazón de la emisora comunitaria y no como algo externo, propio de especialistas o ajeno a su diario transcurrir. En este aspecto se avanzó en una propuesta de diferentes tipos de anclaje de los instrumentos: un anclaje territorial que involucra la espacialidad de los agentes, de las relaciones comunicativas y de los flujos de información; un anclaje a las prácticas comunicativas de la emisora, es decir que los instrumentos emergen de las formas de significación y resignificación del ejercicio radiofónico y, a su vez, se apoyan en éste para su implementación o aplicación; un anclaje en las prácticas de gestión comunicativa, las cuales van desde las prácticas de producción de los programas radiales, pasando por el diseño de las parrillas de programación y realización de actividades culturales, hasta la gestión administrativa y financiera; y un anclaje en los objetivos mismos del proyecto comunicativo, político y ético de la emisora, en cuanto cada proyecto crea su propio público, genera usos y consumos particulares y agencia diferentes modos de sensibilidad radiofónica. Desde el componente metodológico quedan abiertos algunos retos importantes, especialmente con darle continuidad a los procesos de validación de formas relativamente novedosas de técnicas de producción de información, como por ejemplo la creación de semilleros, elaboración de directorios digitales de los/as oyentes dinamizados a través de las redes sociales de internet, organización de eventos socioculturales, entre otros.

En cuanto a la caracterización de las experiencias que participaron en el proceso, se reconoció la increíble heterogeneidad de estos medios, especialmente desde sus prácticas comunicativas y de gestión que delimitan en gran medida las dimensiones de la recepción. Además, se evidenció la pluralidad no solo entre las emisoras sino dentro de ellas mismas. Apuestas por la evangelización, por la formación crítica de los y las oyentes, por la educación cultural, por el agenciamiento político o la prestación de servicio y asistencia a la comunidad, son, entre muchos, sentidos del proyecto comunicativo que circulan en las experiencias participantes en la investigación. Vale la pena señalar que, en medio de esta diversidad, también se reconocieron afinidades y preocupaciones comunes. Quizá la más importante sea la del ámbito de la sostenibilidad de los proyectos. Por una parte, la normatividad y la política pública, así como ciertas dinámicas sociodemográficas y socioculturales

que transforman permanentemente las prácticas de recepción, les plantean retos comunes en términos de construcción comunicativa de lo comunitario; pero por otra, el mercado y la competencia con las emisoras comerciales, les plantea dificultades en materia de sostenibilidad financiera, incluso a aquellas insertas en estructuras institucionales más robustas económicamente. En ese sentido, se puede afirmar que, si bien un estudio de recepción no soluciona los problemas identificados por los radialistas como fórmula única de solución, si pueden aportar elementos fundamentales en la reconfiguración de sus proyectos comunicativos en relación con la dinámica de los territorios leídos como potencial de transformación. Estos aspectos refuerzan la idea del equipo de investigación de avanzar sobre la producción de sentido sobre lo comunitario en estos medios como una punta de lanza que es clave en la investigación en comunicación, particularmente en América Latina.

Para finalizar, es importante insistir en que este cúmulo de conocimientos sobre una forma diferente de estudiar la recepción en radios comunitarias tiene el objetivo principal de apalancar una transformación informada, una toma de decisiones orientada desde la reflexividad y las prácticas comunicativas de las emisoras, que toman forma en su proyecto comunicativo anclado en el territorio, para marcar distancia con los giros que suelen darse desde la inercia, la construcción de líneas de poder individual o incluso, desde imaginarios falsos o idealizados del sentido de lo comunitario en los medios. De acuerdo con la propuesta planteada en este proceso como modelo, los cambios pueden ser producto de un trabajo riguroso, pero sobre todo de carácter colectivo y participativo. Valores éstos que sin duda están en la base de la producción del sentido de la comunidad y lo comunitario en el corazón de la radio comunitaria.

Referencias Bibliográficas

- Álvarez, M. (2008). El desafío de las radios comunitarias. *Anagramas, Volumen 6, N° 12*, 61-77.
- Anzola, P. & Cooper, P. (1985). *La investigación en comunicación social en Colombia*. Bogotá: Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo y Asociación Colombiana de Investigadores de la Comunicación Social.
- Anzola, P. (1988). *Hacia un diagnóstico de la comunicación social en Colombia*. Bogotá: Ministerio de Comunicaciones, Departamento Nacional de Planeación y UNICEF.
- Bermejo-Berros, J. (2018). Una propuesta de metodología multidimensional en los estudios de audiencia y recepción. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 11(1), 127-149. Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.uosario.edu.co/disertaciones/a.4998>
- Bonilla, Jorge (2012). ¿De dónde vienen las audiencias? Itinerarios de la investigación sobre recepción-audiencias en Colombia. En Jorge Iván Bonilla y otros, *De las audiencias contemplativas a los productores conectados*. Cali: Pontificia Universidad Javeriana -Cali-, Universidad de Los Andes y Universidad EAFIT.

- Corominas, M. (2011). *Los estudios de recepción*. Portal de la Comunicación InCom-UAB. Tomado de http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=4 ISSN 2014-0576.
- Delgado, O. (2003). *Debates sobre el espacio en la geografía contemporánea*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Fox, E. (1981). Estado y perspectivas de la comunicación en Colombia. En: Memorias de la semana internacional de la comunicación, 18 a 22 de agosto de 1980. *Serie Cuadernos*, # 29. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Martín-Barbero, J. (1993 [1987]). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. 3ª Ed. México: Ediciones G.Gilli
- Martín-Barbero, J. (1997). *La investigación de comunicación en Colombia: Balance y prospectiva*. Bogotá: Colciencias. Documento impreso.
- Martín-Barbero, J. & Téllez, P. (2006). Los estudios de recepción y consumo en Colombia. *Diálogos de la Comunicación* # 73, 57-69.
- Olivé, L. (2005). La cultura científica y tecnológica en el tránsito a la sociedad del conocimiento. *Revista de la Educación Superior*, XXXVI (4), 136, oct.-dic., 49-63.
- Raffestin, C. (2011 [1980]). Por una geografía del poder. El Colegio de Michoacán.
- Reckwitz, A. (2002). Toward a Theory of Social Practices. A Development in Culturalist Theorizing. *European Journal of Social Theory* 5(2): 243–263.
- Rodríguez, C. (2012). Lo Comunitario en la Radio Comunitaria: Análisis Crítico del Discurso en el Lenguaje Informativo utilizado por Emisoras Comunitarias (*Tesis de Maestría*). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Valle, M. (2012). Medios Alternativos de Medellín (2). *Revista Luciérnaga. Año 4, Edición 8*. 2012, 51- 57
- Valderrama, C., Rojas, S. & González, V. (2011). *Medios de comunicación en Colombia. Treinta años de Investigación y reflexión*. Bogotá: Universidad Central.
- Villamayor, C. (2014). Las radios comunitarias, gestoras de procesos comunicacionales. Buenos Aires 2011-2014. *Revista Mediaciones* #12, 88-105.
- Villasante, T. (2006). “La sociopraxis: un acoplamiento de metodologías implicativas”. En: M. Canales (Editor), *Metodologías de Investigación Social. Introducción a los oficios*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Zemelman, H. (2004) “Pensar teórico y pensar epistémico. Los desafíos de la historicidad del conocimiento social”. En: Sánchez, I. & Sosa, R. (Coords.), *América Latina: Los desafíos del pensamiento crítico*. México D.F.: CELA-UNAM, Sigo XXI.