

Modelo de formación y producción transmedia para la radio y televisión comunitaria del departamento del Tolima

JUAN ANDRÉS ROMERO PRADA¹

Resumen

Este proyecto, ganador de la Beca de Apoyo a la Investigación en Narrativas y Comunicación (2020) del Ministerio de Cultura de Colombia, tiene como objetivo diseñar un modelo de formación y producción transmedia para la radio y la televisión comunitarias del departamento del Tolima, según la Ley 1978 de 2019, de fomento de las TIC, y la Ley 1834 de 2017, de fomento de la Economía Creativa y Ley Naranja. Para ello, se trabaja un marco teórico formado por cuatro áreas: 1) la ecología de los medios, como perspectiva teórica; 2) la comunicación digital, como campo; 3) la narrativa transmedia, como categoría, y 4) la radio y la televisión comuni-

1 Magíster en Educación y comunicador social-periodista, Universidad del Tolima. Docente investigador del programa de Comunicación Social y Periodismo, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), regional Tolima. Contacto: jromeropr@ut.edu.co

tarias, como contextos. También se utilizan como metodología el enfoque cualitativo, el diseño investigación-acción, el alcance correlacional, los métodos de observación, cartografía social, entrevista a profundidad y etnografía digital, aplicados a muestras de expertos y oportunidad conformadas por directores, consumidores y páginas web de los medios comunitarios ubicados en los municipios de Armero-Guayabal, Mariquita, Cajamarca, Espinal, Melgar, Chaparral, Río Blanco, Natagaima, Alpujarra y Planadas. Los resultados preliminares, una vez realizadas la cartografía social de las poblaciones, las entrevistas a profundidad a los directores y las etnografías digitales a las páginas web de las radios y televisiones comunitarias, apuntan a que 1) son claves para el desarrollo local, especialmente de poblaciones de menos de 100 000 habitantes; 2) desarrollan espacios educativos sobre temas como medioambiente, agroecología y salud pública, fundamentales para el desarrollo de estas poblaciones, y 3) no se evidencia una perspectiva teórico-práctica que les dé identidad comunitaria, aparte de su enfoque legal: educativas, culturales y comunitarias.

Palabras clave: ecología de los medios, comunicación digital, modelo de formación transmedia, radio y televisión comunitaria.

Introducción

Para el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia MinTIC, la radio comunitaria es “un servicio público participativo y pluralista, orientado a satisfacer necesidades de la co-

municación en el municipio o área objeto de cubrimiento, facilitando el ejercicio del derecho a la información y la participación de sus habitantes” (MinTIC, 2020), para realización de programas radiales que promueven elementos como “el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de las identidades culturales y sociales” (MinTIC, 2020).

Para la Autoridad Nacional de Televisión de Colombia, disuelta en 2019, la televisión comunitaria es: “el servicio de televisión cerrada prestado por las comunidades organizadas que tiene como finalidad satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales, y cuya programación tiene un énfasis de contenido social y comunitario” (Autoridad Nacional de Televisión, 2020) para la realización de programas televisivos que operan bajo una lógica delimitada “en razón a su restricción territorial y por prestarse sin ánimo de lucro” (Autoridad Nacional de Televisión, 2020).

Sin embargo, a pesar de las consideraciones realizadas por el MinTIC, el número de radios comunitarias que operan en Colombia ha disminuido: “el país en 1998 contaba con 1200 emisoras y actualmente sólo funcionan 626, lo cual ha representado una reducción del 42.8 %” (Angulo, Mesa y Romero, 2020, p. 3), fenómeno que se replica en el departamento del Tolima “a partir del año 2009, pues se pasó de 17 experiencias a 14 en el 2019, esto es, una disminución del 17.7 %” (Angulo *et al.*, 2020, p. 3).

A pesar de las consideraciones realizadas por la Autoridad Nacional de Televisión, el número de televisiones comunitarias que operan en el país ha disminuido “puesto que en el año 2014 funcionaban 771 y en el 2019, 368, es decir, una reducción del 52 %” (Angulo *et al.*, 2020, p. 3), fenómeno

que se replica en el departamento del Tolima, donde “en el 2012 existían 32 TV comunitarias y en el 2019, 13, o sea, una reducción del 59.3 %” (Angulo *et al.*, 2020, pp. 3-4).

Ante este contexto, que evidencia la desaparición paulatina de la radio y la televisión comunitarias de Colombia y por ende del departamento del Tolima, surgen desde los campos gubernamental y jurídico dos alternativas, que alivian la crisis de los medios comunitarios:

- Ley 1834 de 2017, de fomento de la Economía Creativa y Ley Naranja bajo el gobierno de Juan Manuel Santos, que tiene como objeto “desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual” (p. 1), objeto que recoge industrias que pueden fortalecer los productos y servicios ofrecidos por los medios comunitarios.
- Ley 1978 de 2019, de fomento de las TIC aprobada bajo el gobierno de Iván Duque Márquez, que tiene como objeto “alinear los incentivos de los agentes y autoridades del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), aumentar su certidumbre jurídica, simplificar y modernizar el marco institucional del sector, focalizar las inversiones para el cierre efectivo de la brecha digital” (p. 1), objeto que recoge agentes y autoridades que pueden apoyar la producción de contenidos de las radios y las televisiones comunitarias.

Estas leyes benefician la recuperación de los medios comunitarios de Colombia y la creación de proyectos de investigación como el titulado

“Modelo de formación transmedia para la radio y la televisión comunitaria del Tolima” (Angulo *et al.*, 2020), que busca construir un modelo de formación y producción transmedia para los medios comunitarios del departamento, para lo cual se diagnosticarán las condiciones y se analizará la influencia de la producción actual y se creará un modelo de formación y producción transmedia para la radio y la televisión comunitaria del Tolima.

Marco teórico

Ecología de los medios

Para Scolari (2017), las teorías de la comunicación se clasifican en especialistas y generalistas. Las especialistas “se focalizan en un aspecto o proceso determinado de la comunicación y dejan otros fuera de su modelo explicativo, apuntan a explicar una porción reducida del universo comunicacional” (p. 17). Las generalistas, según el mismo autor, “proponen construir cuadros integradores o globales de todos los procesos que afectan al mundo de la comunicación, apuntan a integrar y generar un modelo explicativo de mayor alcance” (p. 17).

En el marco de esta clasificación bidimensional podemos considerar la ecología de los medios como una teoría generalista de la comunicación, porque se trata de una propuesta extensiva que une el mundo de la ecología, abarca casi todos los procesos de comunicación y estudia las transformaciones que sufren las economías, los medios y los sujetos a partir de su exposición a las tecnologías de la comunicación, como explica Scolari (2017): “La ecología de los medios no se concentra en ningún

medio en especial —es una teoría transmedia a todos los efectos— ni a un periodo de tiempo limitado” (p. 18).

Luego de clasificar la ecología de los medios podemos acercarnos a las dos líneas de interpretación que ofrece esta teoría, según Scolari (2017), los medios como ambientes y los medios como especies: “La interpretación de los medios como ambientes parte del argumento de que “las tecnologías —en este caso, las tecnologías de la comunicación, desde la escritura hasta los medios digitales— generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan” (p. 29), es decir, los medios crean un ambiente que contiene al sujeto y determina su percepción, cognición y visión de mundo. Y la interpretación de los medios como especie que parte del argumento de que “los medios de comunicación son como ‘especies’ que viven en el mismo ecosistema y establecen relaciones entre sí” (p. 30), es decir, que los medios adquieren su significado y existencia, nacimiento, adaptación o desaparición en la interacción o competencia con otros medios.

Comunicación digital

Según Sánchez (2006), la comunicación digital “puede entenderse como el proceso de producción, circulación y puesta en juego de sentidos, mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación, TIC, con base en el código binario: bit” (p. 4), abreviatura de los términos ingleses binary digit, que se traduce como dígito binario en español, “formato que puede interpretar un computador, que consiste en series de ceros y de unos (0, 1)[...] dicha información digital está en línea cuando

es posible acceder a ella desde terminales o equipos de cómputo distantes entre sí” (p. 4).

A su vez, Sánchez (2006) sigue la obra de Lluís Codina para postular cuatro propiedades de la comunicación digital: la computabilidad, la titularidad, la virtualidad y la capacidad. La computabilidad “es una propiedad inherente a la información digital. Algo es computable cuando puede ser procesado por un ordenador (PC) siguiendo un programa determinado” (p. 5) cualidad general que le permite a los computadores construir elementos específicos como “las instrucciones, la estructura, la organización y el formato (imagen, texto, sonido) que se representan mediante series de ceros y unos” (p. 5).

Por otra parte, *titularidad* se refiere a que toda la información publicada en internet es objeto de propiedad, “es decir, tiene dueño, por lo tanto, está amparada por el derecho de autor” (Sánchez, 2006, p. 6), que se recoge en el derecho informático en temas como “la firma y los documentos electrónicos; contratos y banca en internet; responsabilidad de los proveedores de servicios en internet; y por supuesto, propiedad intelectual y derechos de autor en la red” (p. 7).

La *virtualidad* se entiende como “liberado de algunas de las limitaciones propias de lo analógico”; además sugiere que algo existe de otra manera, en forma de bits (ceros y unos)” (Sánchez, 2006, p. 9), a pesar de que aclara que los objetos físicos tienden a poder leerse con mayor facilidad que los documentos digitales luego de varios años, por lo que determina que “es importante dejar constancia de otra faceta de la virtualidad: la fragilidad del soporte” (p. 9).

Según el mismo autor, el término *capacidad* se refiere a que “el soporte electrónico no parece tener límites prácticos en cuanto a su capacidad para contener información” (p. 11), y señala que una cualidad de los soportes y espacios digitales es que permiten una mayor capacidad de acumulación de información “mientras que los analógicos, en cambio, se saturan muy pronto” (p. 11).

La narrativa transmedia

Para Jenkins (2003), “Durante la mayor parte de la historia humana, se daría por sentado que una gran historia tomaría muchas formas diferentes” y que gracias a la comunicación digital “hemos entrado en una era de convergencia de medios que hace que el flujo de contenido a través de múltiples canales de medios sea casi inevitable”. Por lo tanto, considera que en “la forma ideal de narración transmedia, cada medio hace lo que mejor sabe hacer, de modo que una historia pueda introducirse en una película, expandirse a través de la televisión y su mundo puede explorarse y experimentarse a través del juego”.

Según Scolari (2013), para Jenkins las Narrativas Transmedia deben cumplir los siguientes conflictos:

- **Expansión vs. profundidad.** El concepto *profundidad* hace referencia a la penetración del relato en la audiencia hasta encontrar los seguidores que lo amplíen con sus producciones; el término *expansión* se relaciona con la extensión del relato a través de las prácticas virales de los simpatizantes en las redes sociales, aumentando su capital simbólico y económico.

- **Continuidad vs. multiplicidad.** El concepto *continuidad* se relaciona con la fluidez del relato a través de diferentes lenguajes, medios y plataformas y el término *multiplicidad* con la creación de experiencias narrativas, no controladas o aparentemente incoherentes, que amplían el relato original.
- **Inmersión vs. extraibilidad.** El concepto *inmersión* se refiere a la pérdida de la noción del tiempo y el espacio real por parte de los seguidores al consumir el relato y el término *extraibilidad* a la capacidad que adquieren los simpatizantes para extraer elementos del relato y llevarlos al mundo cotidiano como objetos.

Radio y televisión comunitaria

Por un lado, para Chaparro (2005), la radio comunitaria “representa un modelo claramente diferenciador frente a los modelos clásicos dominantes del sector público tradicional y privado comercial” y está formada por sistemas de emisoras que “se definen básicamente por su carácter participativo, desde el que tratan de aportar insumos a las comunidades en las que se asientan para construir ciudadanía y una cultura de vida más cercana a nuestras necesidades reales de progreso humano” (p. 1).

Además, Chaparro (2005) argumenta que “la radio comunitaria está orientada a satisfacer las necesidades de comunicación de una comunidad o colectivo social” y considera que son medios contruidos sobre una estructura horizontal donde “el equipo humano coordinador y la comunidad misma establecen las pautas de funcionamiento y las orientaciones para actuar procurando la articulación social y el desarrollo humano de manera endógena” (pp. 1 y 2).

Por otro lado, según Gumucio (2009) “la televisión comunitaria nace como una solución propia que dan las comunidades para responder a un vacío de comunicación que ahoga las voces locales” (p. 1) y configura un tipo de televisión que “no pretende imponerse en gran escala, ni tampoco establecer una prédica unilateral. Recoge más bien el palpito de la comunidad, el pulso de la vida cotidiana” (p. 1).

También Gumucio (2009) argumenta que la televisión comunitaria nace debido a que “Los medios de información masivos no atienden las necesidades de comunicación comunitarias. Por ello, las comunidades se dotan de sus propios medios: radio, video, prensa, teatro popular, periódico mural, entre otros” (p. 7) y considera que el estudio de la radio y la televisión comunitaria debe incluir los siguientes temas: “acceso y participación, pertinencia cultural y lengua, tecnología apropiada y apropiación local, generación de contenidos propios, convergencia y conformación de redes” (p. 7).

Metodología

El enfoque cualitativo

Según Hernández *et al.* (2014), “el enfoque cualitativo busca principalmente la dispersión o expansión de los datos e información” (p. 10) y afirman que este enfoque proporciona a los datos profundidad, “riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. Asimismo, aporta un punto de vista fresco, natural y holístico de los fenómenos” (p. 16).

Para Soler (2011), el enfoque cualitativo estudia “la sociedad, diversa, compleja y en constante evolución y cambio” (p. 190), se basa en una interpretación “subjetiva, orientada al proceso y con datos ricos y profundos, ya que su interés está en la descripción de los hechos” (p. 192), y presenta dos características, son *flexibles* e *inductivos*; el investigador ve el escenario y las personas desde una perspectiva complementaria y su *perspectiva es fenomenológica*; el investigador acerca los datos a lo que la gente dice, hace o vive.

El diseño *investigación acción*

Según Colmenares y Piñero (2008), “constituye una opción metodológica de mucha riqueza, pues, por una parte, permite la expansión del conocimiento y, por otra, va dando respuestas concretas a problemáticas que se van planteando los participantes de la investigación” (p. 11), que se transforman en coinvestigadores que “participan activamente en todo el proceso investigativo y en cada etapa o eslabón del ciclo que se origina producto de las reflexiones constantes que se propician en dicho proceso” (p. 11).

Para Colmenares y Piñero (2008), este diseño también presenta una modalidad técnica, práctica y crítica o emancipatoria; la práctica, trabajada en el presente estudio, “hace uso de la reflexión y el diálogo, transforma ideas y amplía la comprensión. Los agentes externos cumplen papel de asesores, consultores” (p. 9) y construyen relaciones e interacciones con los otros actores y contextos cercanos, superando “la separación del investigador y lo investigado” (p. 10).

Y según Teppa (2006), citado por Colmenares y Piñero (2008), la investigación acción contempla cinco etapas para su desarrollo: 1) introducción y diagnóstico; 2) elaboración del plan; 3) ejecución del plan; 4) producción y reflexión, y 5) transformación y replanificación.

Los *métodos de recolección de información* que se trabajaron tienen un carácter constructivo de nuevos saberes y prácticas: *la cartografía social, la observación en trabajo de campo, la entrevista a profundidad, el grupo focal y la etnografía digital*.

- La *cartografía social* configura una herramienta de carácter territorial que representa significaciones del espacio de manera individual o colectiva, creando otra versión de la cartografía técnica (Barragán-León, 2019); se utiliza para identificar los recursos humanos, tecnológicos y comunicativos con que cuentan las radios y las televisiones comunitarias.
- La *observación en trabajo de campo* constituye una técnica adecuada para acceder al conocimiento cultural y social de los grupos a partir del registro de las acciones de las personas en su ambiente cotidiano (Toro y Parra, 2010); se trabaja para analizar el equipo humano, la infraestructura física y los equipos con que cuentan los medios comunitarios.
- La *entrevista a profundidad* configura un discurso enunciado por el entrevistado que comprende también las intervenciones del investigador, estableciendo la descripción de una situación social (Toro y Parra, 2010); se utiliza para determinar el discurso de directivos, productores y operadores de las radios y las televisiones comunitarias.
- El *grupo focal*, constituye un tema de conversación en escenarios formales no naturales, tiene un estilo de moderación dirigida y un formato

de entrevista o conversación semiestructurada (Toro y Parra, 2010); se trabaja para conocer cómo influye la producción, análoga y digital, de estos medios en la vida cotidiana de los habitantes de los municipios.

- *La etnografía digital* configura una opción metodológica importante para la producción de categorías y datos que permitan explicar otras maneras de estar juntos a partir de las mediaciones tecnológicas (Bárceñas y Preza, 2019); se utiliza para determinar la influencia de las páginas web y los contenidos digitales producidos por los medios comunitarios en los consumidores.

Este último método consiste en analizar las páginas web de acuerdo con los siguientes criterios: 1) análisis contextual que presenta el estudio del público, el ambiente, el contenido y el sistema del portal digital; 2) modelo de la propuesta que expone el modelo informativo / comunicativo; 3) requerimientos funcionales, que presenta la Metáfora de presentación, el diseño de la interfaz y el manejo del usuario; 4) *wireframes*, mapa de navegación y actualización, y 5) análisis de la producción.

A continuación se presenta la muestra de radios y televisiones comunitarias del Tolima que se abordarán en una primera fase de estudio.

- *Alpujarra, Armero-Guayabal y Planadas*: existen radio y televisión comunitarias.
- *Melgar*: existe televisión comunitaria, beneficiado con la adjudicación de licencia de radio comunitaria.
- *Chaparral*: beneficiado con la adjudicación de licencia de radio comunitaria y cuenta con producción audiovisual por redes sociales.

- *Mariquita*: cuenta con televisión comunitaria con más de diez años de funcionamiento.
- *Cajamarca*: cuenta con televisión comunitaria con más de diez años de funcionamiento.
- *Natagaima*: cuenta con radio comunitaria con más de diez años de funcionamiento.
- *Espinal*: cuenta con radio comunitaria con más de diez años de funcionamiento y con experiencias de televisión.
- *Rioblanco*: cuenta con radio comunitaria con más de diez años de funcionamiento. Por último, se expone la matriz metodológica de la investigación, con sus correspondientes objetivos, métodos y muestras.

Resultados

Modelo de formación y producción transmedia para la radio comunitaria

El “Modelo de formación y producción transmedia para la radio comunitaria de Ibagué, Colombia” nace de la recolección de información a través de los métodos y datos presentados anteriormente y constituye una propuesta educativa alterna que se extiende a continuación (tablas 1-3).

Tabla 1. Identificación del modelo

Nombre
Producción transmedia

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Identificación del modelo

Tipo	Teórico-práctica	Componente	Electiva
Calificación	Cuantitativa	Modalidad	Presencial-virtual

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Identificación del modelo

Intensidad horaria	A la semana			Al semestre		Créditos
	Presencial	Independiente	THS	Semanas	THP	
	4	4	8	7	56	No aplica

Notas. THS: total de horas de actividad académica. THP: total horas de actividad semestre (THS × semanas de clase).

Fuente: elaboración propia.

Propósitos de formación

El estudiante será capaz de 1) producir historias y proyectos transmedia de acuerdo con las normas, estéticas y tendencias del contexto de los medios comunitarios (tablas 4-6).

Tabla 4. Competencias

	Competencias	Nivel de desempeño
Ser - afectiva	Valorar la producción de historias y proyectos transmedia, de acuerdo con las tendencias del contexto.	Medio
Saber - cognitiva	Comprender los pasos de la producción de historias y proyectos transmedia de acuerdo con las estéticas del momento.	Medio
Saber hacer - pedagógica	Ejecutar gran parte del proceso de la producción de historias y proyectos transmedia de acuerdo con las normas del contexto.	Medio

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5. Estructura temática

Preguntas generadoras	Unidades y temas	Temporalidad
Formación. Metodología: seminario		
1. ¿Qué es la radio comunitaria?	1. La radio comunitaria análoga. 2. La radio comunitaria digital.	4 horas semanales (1 clase)
2. ¿Qué son las narrativas transmedia?	3.1 Historia del concepto. 3.2 Definición del concepto.	4 horas semanales (1 clase)
Producción. Metodología: taller		
Módulo 3. ¿Cómo se producen las narrativas transmedia?	4.1 Creación transmedia. 4.2 Proyectos transmedia.	4 horas semanales (1 clase)
Módulo 4. ¿Cómo se consumen las narrativas transmedia?	5.1 La figura del prosumidor. 5.2 Comunidades de fans.	4 horas semanales (1 clase)

Preguntas generadoras	Unidades y temas	Temporalidad
Formación. Metodología: taller		
5. ¿Cómo financiar proyectos transmedia?	6.1 Trabajo colaborativo. 6.2 Fuentes de financiación.	4 horas semanales (1 clase)
6. ¿Cuáles son los desafíos de la transmedia?	7.1 Los límites de la transmedia. 7.2 La investigación de la transmedia.	4 horas semanales (1 clase)

Fuente: elaboración propia.

Tabla 6. Estrategia metodológica

Estrategia	Pregunta generadora
Seminario	1, 2 y 3
Taller	4 y 5
Seminario	6 y 7

Fuente: elaboración propia.

Evaluación de los aprendizajes

Se evaluará a los estudiantes de acuerdo con los siguientes criterios:

1) capacidad para comprender el proceso de creación de productos y proyectos transmedia; 2) claridad conceptual de los términos y técnicas que se utilizan en el proceso creativo, y 3) capacidad para resolver los problemas que se presentan en el proceso de creación de productos y proyectos transmedia.

Conclusiones

La cartografía social (fase 1) demuestra que la radio y la televisión comunitarias son esenciales para producir y reproducir la cultura local, así como para visibilizar y apoyar organizaciones de base, integradas por víctimas de la violencia, mujeres, jóvenes, defensores del medio ambiente, entre otros. Es decir, tanto la radio como la televisión comunitarias son fundamentales para ampliar el acceso democrático a los medios de diferentes sectores en los municipios donde operan y, de esta manera, visibilizar sus problemáticas, identidades e intereses.

Son medios que favorecen la expresión y la participación, cuyo trabajo está enfocado en visibilizar a quienes han estado excluidos, como grupos marginados en el casco rural y urbano, especialmente comunidades alejadas de las ciudades. Además, propenden a la inclusión, y las audiencias se animan a hacer parte de los contenidos de tal manera que el relato local se va volviendo más sólido; en el caso del Tolima también hay un aporte a la convivencia pacífica.

Cuentan con la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, indispensable para la modernización de sociedades tradicionales. Son pilares para la transformación social, el fortalecimiento de la ciudadanía y la democratización de la comunicación, en la medida en que están al servicio de la sociedad civil.

En cuanto a la fase 2, que incluye las entrevistas a directivos de los dos medios de proximidad objeto de estudio y grupos focales con la participación de los residentes de los diez municipios seleccionados, esta permitió conocer las rutinas periodísticas para la producción de conte-

nidos análogos y digitales, que se ajustan a los contextos locales de tal manera que trabajan con la agenda invertida, ya que la comunidad tiene impacto a la hora de seleccionar las temáticas que se van a abordar en los contenidos de la radio y la televisión comunitarias. En cuanto a lo digital, hay un volcado de los contenidos que emiten a través de su señal análoga e inician trabajo de narrativa transmedia que se ve frenado en la medida en que carecen de formación y experiencia en gestión de comunidades, construcción de relato para plataformas *microblogging* y expansión del relato en la web. Lo anterior, sumado a las deficiencias en el acceso a internet, así como a la calidad de este; el sector más afectado es el rural.

Frente a las fallas en el funcionamiento y sostenimiento, la radio y televisión comunitarias están relacionadas con la normatividad existente, ya que no les brinda un escenario de apoyo y crecimiento, sino de cumplimiento con compromisos económicos, en desventaja con los medios comerciales, y parámetros técnicos, además de no contar con asesoría jurídica, lo que genera un gasto adicional para interlocutar con los entes estatales. Al estar resolviendo lo urgente —es el caso de pagos de impuestos y mantenimiento de equipos—, aspectos como ampliar mucho más el escenario participativo por parte de la comunidad se quedan en la fase de producción de contenidos; en cuanto a apoyar la gestión y propender por la sostenibilidad económica de los medios comunitarios, hay poca participación por parte de los pobladores locales. Sin embargo, han venido realizando una labor muy importante en la ampliación de la esfera pública y en generar conversación local en torno a las problemáticas, luchas, necesidades y bondades del territorio. Con el Gobierno de Gustavo

Petro y las nuevas políticas, ven una esperanza para fortalecer sus medios y dar el salto al ámbito digital, donde tienen una audiencia potencial y posibilidades económicas.

La fase 3, aplicación de la etnografía digital a páginas web, redes sociales y producción audiovisual de las radios y televisiones comunitarias, estableció que la calidad de estos productos tiene deficiencias, ya que no cuentan con formación en este tema y hacen su trabajo a partir de ensayo y error. Tampoco conocen las dinámicas de las plataformas digitales; por ende, tienen contenidos desactualizados y poco interactúan en los foros. Sus recursos tecnológicos e interactivos empleados también son muy básicos, pues la parte económica es limitada, no cuentan con recurso humano calificado para tal actividad y esto afecta el trabajo en la web.

Referencias

- Angulo, L., Mesa, M., Avendaño, D., Conde, Y. y Romero, J. (2020). *Modelo de formación transmedia para la radio y la televisión comunitaria del Tolima, Colombia*. Ibagué.
- Angulo, L., Mesa, M. y Romero, J. (2020). *Metodología para la creación de un modelo de formación transmedia para la radio y televisión comunitarias del departamento del Tolima, Colombia*. Ibagué.
- Autoridad Nacional de Televisión. (2020). *Televisión comunitaria*. https://www.antv.gov.co/ANTV_GOV/HTML/28.HTM
- Barajas, K. B. y Carreño, N. P. (2019). Desafíos de la etnografía digital en el trabajo de campo onlife. *Virtualis*, 10(18), 134-151. <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/287/305>

- Barragán-León, A. N. (2019). Cartografía social: lenguaje creativo para la investigación cualitativa. *Sociedad y Economía*, 36, 139-159. <https://doi.org/10.25100/sye.v0i36.7457>
- Colmenares, A. M. y Piñero, M. L. (2008). La Investigación Acción. Una herramienta metodológica heurística para la comprensión y transformación de realidades y prácticas socio-educativas. *Laurus*, 14(27), 96-114.
- Chaparro, M. (2005). La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC): otro modelo radiofónico posible. *Revista Telos (Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología)*, (65). <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero065/la-asociacion-mundial-de-radios-comunitarias-amarc-otro-modelo-radiofonico-posible/?output=pdf>
- Gumucio, A. (2009). La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: púlpito. *Etcétera, revista de medios mensual*, 1-6. https://www.academia.edu/1365125/La_televisi%C3%B3n_comunitaria_Ni_pulpo_ni_p%C3%BAlpito_p%C3%A1lpito
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. Edición). McGraw Hill. <https://doi.org/10.1192/bjp.112.483.211-a>
- Jenkins, H. (2003). Transmedia Storytelling. *MIT Technology Review*. <https://www.technologyreview.com/>
- Ley 1834. Por medio de la cual se fomenta la economía creativa y ley naranja. Mayo 23 de 2017.

Ley 1978. Por la cual se moderniza el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones - TIC, se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones. Julio 25 de 2019.

Ministerio de Tecnología de la Información y las Telecomunicaciones (MinTIC). (2020). *Descripción radio comunitaria*. <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sistemas-MINTIC/Sector-de-Radiodifusion-Sonora/Radio-Comunitaria/8577:Descripcion-Radio-Comunitaria>

Sánchez, A. (2006) Comunicación digital: nuevas posibilidades y rigor informático. *Revista virtual Universidad Católica del Norte*, 17.

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia*. Grupo Planeta.

Scolari, C. A. (2017). *Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría*. Editorial Gedisa.

Soler, P. (2011). La investigación cualitativa, un enfoque integrador. En L. Vilches, *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital* (pp. 184-236). Editorial Gedisa.

Toro, I. y Parra, R. (2010). *Fundamentos epistemológicos de la investigación y la metodología de la investigación cualitativa/cuantitativa*. Fondo Editorial Universidad EAFIT.