

COMPARANDO DOS FORMAS DE HACER COMUNICACIÓN: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL FRENTE A COMUNICACIÓN COMUNITARIA, A TRAVÉS DEL DISEÑO EN LA SUBCUENCA DEL RÍO PANCE EN CALI, COLOMBIA

COMPARING TWO WAYS OF MAKING
COMMUNICATION: INSTITUTIONAL
COMMUNICATION IN OPPOSITION TO COMMUNITY
COMMUNICATION THROUGH DESIGN IN THE SUB-
BASIN OF PANCE RIVER IN CALI, COLOMBIA

Por

Juan Manuel Henao Bermúdez¹

Bellas Artes- Institución Universitaria (Cali, Colombia)

juan.sostenible@gmail.com

Javier Adolfo Aguirre Ramos²

Universidad ICESI (Cali, Colombia)

jaaguirre@icesi.edu.co

Profesor Investigador Universidad ICESI. Doctor en
Diseño y Creación. [Orcid.org/0000-0002-1802-1008](https://orcid.org/0000-0002-1802-1008)

Resumen: La subcuenca del río Pance es un ecosistema estratégico de Cali (Colombia) por sus buenas condiciones ambientales; además se proyecta como el mayor centro de recreación popular de la ciudad. Sin embargo, estos mismos factores hacen que experimente un conflicto socioambiental, pues sus 2600 habitantes se dedican principalmente al turismo y, cada fin de semana, a la zona llegan hasta 70.000 personas que impactan negativamente la subcuenca. Ante esta situación, la academia, la comunidad de Pance y algunas instituciones, trabajaron en el “*Proyecto Pance*” en tres componentes: ambiental, social y comunicacional. La comunicación se

realizó de manera alternativa a través de la práctica social del diseño, para permitir a los actores de Pance ser parte activa de la comunicación del proyecto. El presente texto analiza la práctica de comunicación generada, en perspectiva con el ejercicio de comunicación institucional que tradicionalmente se realiza en Pance.

Palabras clave: comunicación comunitaria, comunicación institucional, diseño de la comunicación, diseño participativo.

Abstract: The sub-basin of the Pance River is a strategic ecosystem of Cali (Colombia) because of its good environmental conditions; moreover, it is also projected as the largest popular recreation center in the city. However, these same factors make it experience a socio-environmental conflict, since its 2,600 inhabitants are mainly dedicated to tourism and the area receives up to 70,000 people who negatively affect the sub-basin every weekend. Facing this situation, the academy, the community of Pance and some institutions, worked on the “Proyecto Pance” (Pance project) through three components: social, environmental and communicative. The communication was made in an alternative way by means of the social practice of the design, allowing the actors of Pance to be an active part of the communication of the project. The present text analyzes the generated communication practice, in perspective with the exercise of institutional communication that is traditionally carried out in Pance.

Keywords: community communication, institutional communication, communication design, participatory design.





1. Introducción

Las cuencas hidrográficas son la unidad para la planificación ambiental de los territorios en Colombia. Según el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (2014), en ellas se produce la interacción entre los sistemas físicos y bióticos; en consecuencia, su estudio involucra una serie de factores y elementos –sociales, ambientales y culturales– que hacen posible comprender el territorio. La subcuenca Pance hace parte de la cuenca del Río Jamundí, y es a la vez uno de los siete ríos de la ciudad de Cali, un territorio comprendido por áreas. La parte alta correspondiente al Parque Nacional Natural Farallones de Cali, la media de pie de monte, donde se ubica el corregimiento de Pance y sus veredas (Pance Cabecera, San Francisco, La Vorágine, El Peón, El Banqueo y Pico de Águila), y un área baja, que coincide con la comuna 22 del área urbana de Cali. Este se consolida como un ecosistema con una alta riqueza ambiental expresada en especies de fauna y flora, en un suelo fértil y en el río que articula sus recursos naturales.

Esa riqueza es la razón que llevó a la población a asentarse en el territorio. Se estima, según Pérez (2014), que viven 2.600 personas en la subcuenca, quienes que tienen como actividad principal el comercio orientado al turismo y la recreación: “La alta afluencia de turistas caleños y de otros municipios vecinos, ha conducido a afianzar el establecimiento de restaurantes, estaderos, cabañas, balnearios y bailaderos, así como la presencia de ventas ambulantes y establecimientos informales” (Pérez, 2014, p. 53), lo que según COLCIENCIAS, Universidad ICESI, & Casa de la Cultura Ambiental de Pance (2016b), ha dado lugar a la expansión urbana del municipio de Cali y el aumento de la población flotante, aproximadamente 70.000 personas por día en fin de semana (p. 182).

Las condiciones socioambientales descritas, han convertido a Pance en el más grande centro de recreación popular de la ciudad, lugar para el encuentro de los caleños sin distinción de estrato. Pero la explotación sin control del turismo en esta zona ha ocasionado un conflicto que afecta los recursos naturales de la subcuenca que son fundamentales y que deben ser protegidos. Por ello, “Ante la situación política administrativa particular de la subcuenca, sin un Plan de Manejo Ambiental, que sirva de instrumento de planificación y manejo” (COLCIENCIAS, Universidad ICESI & Casa de la Cultura Ambiental de Pance, 2016a, p. 12), la Universidad ICESI y la comunidad de Pance trabajaron conjuntamente en el “*Proyecto Formulación de la Estrategia de Manejo Socioambiental de la Subcuenca del Río Pance*”, en adelante “*Proyecto Pance*”, respondiendo al urgente proceso de gestión local para la conservación y uso de la biodiversidad, a partir de tres componentes: ambiental, social y comunicacional.

La comunicación cumplió el rol de acercar a los actores de Pance a una puesta en común y les permitió la apropiación del proceso, el acceso y la circulación pública de la información, para el conocimiento de los problemas del territorio y la exploración de soluciones a ellos. Sin embargo, fue necesario encontrar una alternativa a los procesos de comunicación institucionales que tradicionalmente se utilizaban en Pance; para ello se contó con la intervención del *Laboratorio Comunitario de Medios Digitales y Contenidos Culturales, ComunLAB*, que “Busca promover dinámicas de experimentación, que fomenta la cultura libre, la apropiación de tecnologías y los modelos de aprendizaje colaborativo” (Aguirre, 2017, p. 90), a partir del uso de metodologías, técnicas y herramientas del diseño, para hacer la práctica de comunicación comunitaria en el territorio.

Para acompañar la práctica comunicativa hecha por *ComunLAB*, se generó una investigación. Una parte consistió en un análisis comparativo de la comunicación institucional producida en este territorio por la *Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca, CVC*, entidad que representa el modelo tradicional que gestiona los procesos comunicativos hacia las comunidades en el departamento del Valle del Cauca. Esto se hizo porque se parte de la hipótesis de que la diferencia entre los dos procesos de comunicación estaría marcada por el papel que desempeñó el diseño como agente dinamizador de los procesos sociales de comunicación. En consecuencia, el presente artículo presenta los resultados de esa parte del estudio.

1.1. Comunicación, Desarrollo y Diseño

Kaplún (2002) reconoce dos ideas de comunicación. La primera surgió con la aparición de los seres humanos sobre la faz de la tierra y la necesidad que tenían para relacionarse, hallarse en correspondencia, es decir, en común, en comunidad. La segunda se relaciona con la reflexión científica que se da tras la segunda mitad del siglo XX, asociada a una concepción de la comunicación como acto de informar o de emitir, a partir, principalmente, de los medios desarrollados en este periodo. La segunda idea desplazó el sentido original del término comunicación, pasando del énfasis en la gente hacia los medios y su funcionamiento. Además, permite reconocer que la comunicación ha sido usada por las instituciones como herramienta para impulsar el desarrollo de las sociedades. La información significa conocimiento para ser aplicado al desarrollo, por esta razón ese modelo se apoya en la economía para influir en la gente a través de estrategias innovadoras y el uso de las tecnologías para informar y persuadir (Gumucio & Tufte, 2008).

Desde los países en vía de desarrollo también se produjeron acciones de comunicación alternativa, comunitaria y de base, relacionadas con la idea original de comunicación, las cuales se identifican con las teorías de la dependencia “... cuya premisa es que las causas subyacentes del desarrollo son estructurales y están relacionadas con la tenencia de la tierra, la ausencia de libertades civiles colectivas, la opresión y la injusticia social, entre otros aspectos” (Gumucio & Tufte, 2008, p.

28). Así mismo, promueven el cambio social y no el de comportamiento, y trabajan con las comunidades y no para las comunidades.

La comunicación en las últimas seis décadas se ha producido para enfatizar la idea de comunicación informadora, a partir del modelo clásico en el que un emisor (E) envía su mensaje (M) a uno o varios receptores (R). Esto hace que la práctica sea vertical, unidireccional, dominadora y centrada en las minorías; las instituciones que ostentan los medios envían los mensajes y las comunidades son asumidas como receptoras pasivas de información. Sin embargo, en la comunicación comunitaria el proceso debe realizarse de modo que permita a todos alternativamente ser emisores y receptores (Kaplún, 2002). A partir de esta necesidad, se identificó en el componente de comunicación del “*Proyecto Pance*” una oportunidad para el área del diseño, con el fin de garantizar la participación de los diferentes actores de este territorio en las dinámicas comunicativas del proyecto.

Esto fue una posibilidad al entender el diseño de un modo amplio, como la habilidad que tienen todos los seres humanos para crear (Papanek, 1977), asumiendo a los expertos en diseño como creadores de sentido social a partir de sus conocimientos sobre los procesos y técnicas creativas (Manzini, 2015). Así, la comunicación hecha a través del diseño en Pance se orientó por el enfoque del *diseño social*, que para Margolin & Margolin (2002) y Armstrong, Bailey, Julier & Kimbell (2014), se comprende como un campo emergente del diseño, cuyo principal objetivo es el diseño de sistemas, productos, servicios o estrategias que contribuyen al desarrollo y bienestar social. El *diseño de comunicaciones*, que orientó la actividad creativa hacia la función comunicativa del diseño, se considera como un área encargada de producir hechos sociales o causas de comunicación (Costa, 2012, p. 1), “Dirigidas a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente” (Frascara, 2000, p. 2). Con respecto al *diseño participativo*:

En el campo del diseño, la participación se entiende como la posibilidad de la intervención del usuario activo en el desarrollo del proyecto, lo que fomenta la apropiación posterior de los productos por los usuarios y la mejora de los resultados (Scariot, Heemann, & Padovani, 2012, p. 2703).

2. Método e Instrumentos

Para entender la práctica de comunicación comunitaria realizada a través del diseño para el “*Proyecto Pance*”, se realizó una investigación de corte cualitativo que permitió analizar las actividades comunicativas del proyecto e interpretar el sentido social que tuvieron para los actores de Pance involucrados en el proceso. En consecuencia, se emprendió la investigación por medio de tres etapas:

Contextualización: durante la primera etapa, los investigadores se acercaron a la subcuenca del río Pance para conocer sus características

ambientales, sociales, los conflictos que de la relación de ambas se derivan y las dinámicas comunicacionales que operan como mediadoras en ellos; de esa manera entender el contexto en el que se daba el “*Proyecto Pance*”, su componente de comunicaciones e identificar la oportunidad de estudiar la práctica comunicativa como un fenómeno social propiciado por el diseño. Se utilizó la técnica de la observación durante los encuentros iniciales entre los investigadores del proyecto, los gestores de *ComunLAB* y los miembros de la comunidad de Pance, registros enriquecidos a través de una perspectiva documental.

Investigación en la Práctica de Comunicación Comunitaria: en la investigación práctica, los diseñadores mantienen su distancia del proceso de diseño para observar y reflexionar (Sevaldson, 2010). En esta etapa *ComunLAB* desarrolló las principales actividades de comunicación del “*Proyecto Pance*”, por medio de la práctica social del diseño. Durante ese tiempo, los investigadores acompañaron las actividades de comunicación para recoger datos.

Fue importante estudiar en paralelo la práctica de comunicación comunitaria hecha en Pance por *ComunLAB* y la práctica de comunicación institucional realizada por la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca, CVC. La CVC representa la manera tradicional con la que se han hecho los procesos de comunicación orientados a la conservación de Pance, en los que el proceso comunitario se da como alternativa. En consecuencia, este artículo presenta los resultados de esta parte del estudio. En la práctica se usaron la técnica de la observación y la entrevista semiestructurada y se recogieron las incidencias de las actividades de comunicación y las percepciones de los participantes sobre dicho proceso.

Análisis: una vez terminada la práctica de comunicación comunitaria del “*Proyecto Pance*”, se inició la última etapa de la investigación, que permitió a los investigadores tomar el conjunto de datos recogidos durante los momentos precedentes y someterlos a un proceso inductivo de creación de sentido. Esto se hizo para poder entender la práctica de comunicación comunitaria, el sentido que tuvo para las personas de Pance involucradas en ella y el papel que el área del diseño desempeñó.



Figura 1. Categorías de análisis de los datos de la investigación.

Fuente: elaboración propia.

El proceso de análisis comenzó con la creación de la anterior estructura conceptual a modo de categorías, allí se procesó la totalidad de los datos, hasta llegar a los elementos centrales del análisis.

3. Resultados y Hallazgos

En la subcuenca del río Pance de la ciudad de Cali, se dieron entre julio de 2015 y agosto de 2016, dos prácticas de comunicación orientadas a apoyar la gestión ambiental en este territorio. Ambas corresponden a las dos definiciones de la actividad de comunicar enunciadas por Kaplún (2002) “La primera como acto de informar, de transmitir, de emitir, derivada de *comunicar*, y la segunda entendida como diálogo, intercambio; relación de compartir, de hallarse en correspondencia, en reciprocidad, que viene de comunicarse” (p. 54). En el mismo orden, la práctica comunicativa hecha por la CVC en Pance y la experiencia de comunicación alternativa gestada desde *ComunLAB* a través del diseño, para el “*Proyecto Pance*”, analizadas a continuación.

3.1. Comunicación institucional de la CVC para Pance

La Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca, CVC, es una entidad pública gubernamental que hace parte del Sistema Nacional Ambiental, la cual funge como autoridad ambiental en el departamento del Valle del Cauca, encargándose de:

(...) administrar los recursos naturales, renovables y del medio ambiente del departamento, que como máxima autoridad ambiental y en alianza con los actores sociales propende por un ambiente sano, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de la población y la competitividad de la región en el marco del desarrollo sostenible (Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca - CVC, 2016a).

Lo anterior se fundamenta en un enfoque basado en 16 procesos, uno de los cuales el de comunicación institucional, que busca apoyar la gestión de la entidad con el diseño y la ejecución de estrategias consignadas en *el Plan Director Reputacional de la CVC 2016-2019*, documento en el que la corporación describe su comunicación. Desde el *Plan Director Reputacional* se propone un trabajo para las comunidades con un enfoque de Comunicación para el Desarrollo:

Este enfoque permite pensar la comunicación en función del desarrollo social, de los sistemas integrales, la participación de los actores involucrados y la sostenibilidad, y consistiría en impulsar una comunicación horizontal, donde no haya un emisor dictatorial a quien no le interese la opinión de pasivos receptores de sus mensajes verticales (Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca - CVC, 2016b, p. 32).

El proceso de comunicación institucional está integrado por profesionales de la comunicación social, publicidad y diseño gráfico, expertos que gestionan la comunicación de la corporación. A partir de este equipo se identifica a emisores, conformados por los órganos que componen la misma corporación, y receptores, entre quienes se ubican los públicos internos y externos, como las Juntas de Acción Comunal, las Juntas Administradoras Locales, las comunidades organizadas, las Juntas Administradoras de Agua, los campesinos, los productores agrícolas y los medios de comunicación (Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca - CVC, 2016b, p. 18). Dentro de esos grupos se puede identificar a comunidades como la de la subcuenca del río Pance.

La corporación implementa su proceso de comunicación a través de cuatro procedimientos: *Procedimiento de Comunicación Corporativa*, *Procedimiento de Elaboración y Difusión de Boletines*, *Procedimiento de Producción de Programas de Televisión Institucionales* y *Procedimiento de Diseño, Impresión y Distribución de Material Gráfico*. Este último busca “describir las actividades para coordinar la producción de piezas de comunicación que se utilizan en las campañas corporativas y de educación institucionales” (Consultoría ICESI & Grupo de Trabajo de Comunicaciones CVC, 2015b, p. 1); es desarrollado por un diseñador gráfico y las piezas resultantes se consideran parte de un mensaje, en apoyo a las intervenciones de la Corporación en grupos receptores como las comunidades. Este procedimiento requiere que el diseñador gráfico elabore piezas -periódicos, vallas, afiches, cartillas, recursos para la página web y las redes sociales, entre otros- y tenga una participación puntual en el proceso con creación de la representación gráfica que acompaña el mensaje que será transmitido.

El proceso de comunicación corporativo se caracteriza, además, por los medios empleados hacia las comunidades:

*Programa de televisión Cuentos Verdes*³: “es un microprograma donde se muestran las acciones de la corporación en el cuidado y conservación de los recursos naturales” (Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca - CVC, 2016b). Entre julio de 2015 y agosto de 2016, se emitieron 349 programas; de ellos, 14 transmitieron información sobre Pance.



Figura 2. Medios institucionales de la CVC.
Fuente: Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca.

Programa de televisión *El Informativo CVC*⁴: según el Plan Director Reputacional (2016), es un programa con formato noticioso que busca llevar las últimas noticias de la gestión ambiental en el Valle del Cauca (p. 69). Se emite semanalmente, es decir, durante el período analizado se cuentan 60 informativos con un promedio de 6 notas por programa, para un total de 360 notas de las que sólo 16 tienen relación con Pance.

Periódico CuentosVerdes:

(...) ofrece información oficial de la corporación para los públicos interno y externo, que se presenta de manera clara y sencilla, con un diseño ágil que se soporta en buenas fotografías. Con un tiraje de 5.000 ejemplares, distribuido entre los lectores del diario El País, los funcionarios de la CVC y la comunidad en general (Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca - CVC, 2016b).

En el período estudiado se publicaron 12 ediciones del periódico Cuentos Verdes, con 149 artículos; sólo tres artículos presentaron información sobre Pance.

*Página Web*⁵: medio donde se publica información de la Corporación; funciona bajo las directrices impuestas en Colombia por *Gobierno en Línea*, que busca garantizar el máximo aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. En la página web de la Corporación hubo 20 *post* relacionados con Pance durante el período analizado. Este medio, al tener una base digital, da a las personas la posibilidad de interactuar con la Corporación; sin embargo, al analizar los *post* que fueron identificados con información sobre Pance, el número de interacciones fue bajo, ninguna de las 20 publicaciones tuvo comentarios y sólo dos fueron compartidas -una vez en cada caso-, lo que demuestra el poco impacto sobre las personas.

Redes Sociales: “sitios que permiten a las personas conectarse de manera virtual, compartir contenidos, interactuar, crear comunidades sobre intereses similares, y en el caso particular de la CVC, acercar el Estado a los ciudadanos” (Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca - CVC, 2016b). Durante el tiempo del estudio, en el Facebook de la Corporación⁶ se registraron 16 mensajes emitidos en relación con Pance; tuvieron 151 “Me gusta”, se compartieron 93 veces y recibieron 14 comentarios, es decir, un promedio de 9.9 interacciones (el número es bajo considerando que Facebook es una red social muy popular).

Entre los mensajes analizados se destaca el titulado “CVC impuso siembra de 10.009 árboles a constructor de la ampliación de la vía a Pance”, pero llama la atención los comentarios que suscitó en los usuarios, quienes expresan diferencias con la Corporación. Junior D. Alarcón escribió: “Qué triste que la CVC permita daños tan grandes como ese, todo el Valle del Cauca se está viendo afectado por la falta de carácter y de conservación de la naturaleza por parte de este organismo”: en el mismo sentido, Liliana Delgado se expresó “Talandó árboles para ampliar la vía y que suba más pueblo a recontaminar el escaso río ¡que brillantes!” (CVC Ambiental - Publicaciones, 2017).

En Pance la Corporación ha instalado ocho vallas como una estrategia de información directa en el territorio, contienen mensajes fijos y se han convertido en parte del paisaje para los habitantes del corregimiento y los turistas.

3.2 Comunicación comunitaria hecha por *ComunLAB* desde el diseño con la gente de Pance

Para desarrollar el componente de comunicaciones del “*Proyecto Pance*” se buscó una alternativa a los procesos de comunicación institucionales que lograra poner a dialogar a los actores del territorio, en especial a su comunidad. Lo anterior fue posible por la mediación de *ComunLAB*, que en su quinta versión se orientó a fortalecer los lazos con las comunidades de base a partir de la articulación con las dinámicas participativas del “*Proyecto Pance*”, en un intento por propiciar escenarios para la construcción colectiva que permitieran delinear posibles estrategias y acciones para el fortalecimiento de los procesos sociales, culturales y ambientales del corregimiento. Participaron con sus aportes profesionales de diferentes áreas, integrantes de los colectivos sociales de Cali y los diferentes actores de Pance.

El desafío para el laboratorio fue hacer que la comunicación motivara la participación de los habitantes del territorio, para que divulgaran y se apropiaran del “*Proyecto Pance*”; en ese sentido, se realizó un trabajo orientado por los enfoques del *diseño social*, el *diseño de comunicaciones* y el *diseño participativo*. A continuación, se observa una gráfica que compara el proceso que propone *ComunLAB* y el proceso de diseño, donde, además, se puede reconocer al laboratorio como un diseño social que actúa en el contexto local.

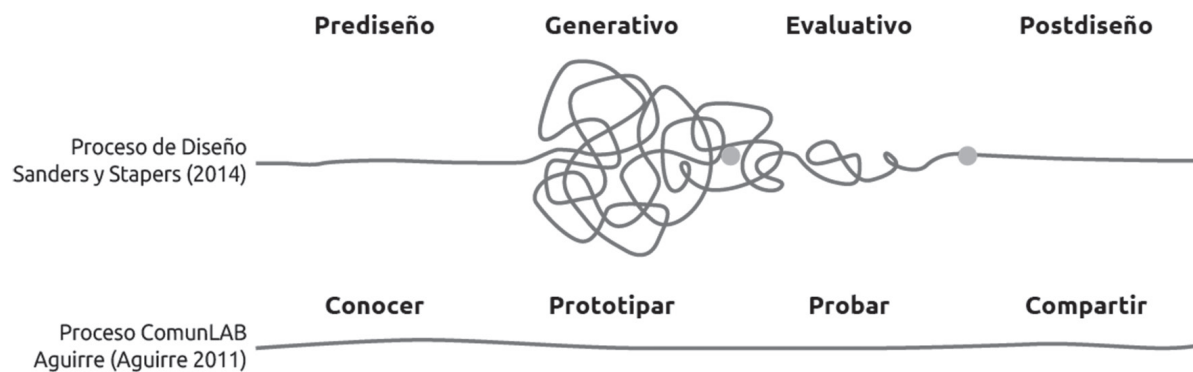


Figura 3. Comparación del proceso de diseño (Sanders & Stapers, 2014) y el proceso de ComunLAB (Aguirre, 2011).

Fuente: elaboración propia.

La propuesta de *ComunLAB* se identifica con la segunda definición de comunicación de Kaplún (2002), que habla de poner en común a los seres humanos. Y a su vez concuerda con la Comunicación para el Cambio Social: “el proceso de diálogo público y privado a través del cual las personas definen quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y cómo pueden actuar colectivamente para alcanzar sus metas y mejorar sus vidas” (Grey & Deane, 1999, p. 8). Es así como

se entabló un diálogo que acompañó la práctica de comunicación para determinar y desarrollar acciones en las cuales el diseño les permitió a las personas ser agentes activos de la comunicación. De acuerdo con lo anterior, *ComunLAB* orientó sus actividades de la siguiente manera:



Figura 4. Diseño metodológico del “Proyecto Pance” con actividades de comunicación desde el Diseño.
Fuente: elaboración propia.

El diseño dentro del diálogo de saberes: exponiéndolo como práctica social, que en su función comunicativa fue válida para gestar el componente de comunicaciones del proyecto y aportar a la búsqueda de alternativas de sostenibilidad para Pance. Estos espacios fueron escenarios para validar y articular la propuesta de comunicación comunitaria al “Proyecto Pance”. En el marco de esta actividad se hicieron 20 reuniones, en las que los diseñadores dialogaron con otros investigadores y los actores de la subcuenca Pance.



Figura 5. Fotografías de las actividades en las que participó en el diálogo de saberes.
Fuente: elaboración propia.

Los Talleres de Memorias Comunitarias, la creación del *Canal Comunitario Tejiendo Futuro Pance*⁷ y la apropiación de la tecnología social *OjoVoz*⁸: se realizaron seis Talleres de Memorias Comunitarias como espacios de encuentro para los participantes del componente de comunicaciones, con el objetivo de adentrarlos en los elementos conceptuales y prácticos básicos de la comunicación; además se le proveyó a la comunidad de Pance de dos elementos esenciales para un proceso comunicativo: un canal y un medio.



Figura 6. Fotografías de los Talleres de Memorias Comunitarias y la práctica con el OjoVoz para el Canal Comunitario Tejiendo Futuro Pance.

Fuente: elaboración propia.

El *Canal Comunitario Tejiendo Futuro Pance*, es un medio para comunicar situaciones socioambientales alojado en internet y actúa como herramienta de diálogo, divulgación y de apropiación social del conocimiento. “Además fue adaptado como una plataforma web de geolocalización de indicadores socioambientales” (COLCIENCIAS et al., 2016b. p. 15) para el “*Proyecto Pance*”. En él, las personas depositaron 75 mensajes durante el período estudiado, asociados a una palabra clave que ellos mismos determinaron, es decir, los temas tratados en el canal representan sus intereses, sentimientos y emociones.



Figura 7. Imágenes del Canal Comunitario Tejiendo Futuro Pance y el medio OjoVoz.
Fuente: Canal Comunitario Tejiendo Futuro Pance y OjoVoz

OjoVoz es una aplicación para teléfonos Android -conectada con el canal comunitario- donde se documentó de manera participativa las situaciones socioambientales de Pance, así como diferentes momentos del proyecto. Mediante *OjoVoz*,

(...) se pueden crear y publicar en una página web mensajes formados por una imagen, una grabación de voz, una palabra clave e información geográfica. En la página web, los mensajes pueden ser consultados, visualizados en un mapa, filtrados y editados gracias a la aplicación web (Tisselli, 2017).

Evento *ComunLAB Pance 2015*: realizado entre el 26 de septiembre y el 2 de octubre de 2015, el evento desplegó sus actividades en las veredas del corregimiento de Pance. Siete días en los que se realizaron: 12 talleres, 1 mesa de discusión, 2 conversatorios, 3 muestras artísticas y 2 socializaciones; actividades que propiciaron un trueque de saberes entre los colectivos caleños y cooperantes (Colectivo de Colores, Luisa Humpherey, Freddy García y Cristian González, Adriana León, Herman Bolaños de la CVC, Juan Manuel Henao Bermúdez y sus estudiantes de Bellas Artes, Colectivo Buena Pinta por Pance, Paola Jurado, Ilyan Gómez y Josue Lozada, Fundación Prometeo, Radio Relajo, Luis Chaves, Luis Pérez de *MedeLAB*, Agrupación Flor del Hito, Natalia Pérez, Aaron Brakke de *MinkaLAB*, Festival Creative Commons y Colectivo Como un Taller) y los actores de Pance. Las personas de Pance fueron empoderadas sobre conocimientos y tecnologías para autogestionar los procesos de comunicación en el territorio, gracias a los aportes de los expertos que colaboraron con el proyecto y que orientaron el trabajo a ámbitos de la comunicación, el arte y la tecnología; ejercicios en los que *ComunLAB* propició las condiciones para que sucedieran estos intercambios.



Figura 8. Fotografías de las actividades del evento ComunLAB Pance.
Fuente: elaboración ComunLAB.

Talleres para la creación de *Tejiendo el Futuro de Pance*, cartilla de socialización de la *Estrategia de Manejo Socioambiental de la Subcuenca del Río Pance*: “El objetivo de la cartilla es presentar las ocho líneas de la *Estrategia de Manejo Socioambiental de la Subcuenca del río Pance*, a través de un recorrido histórico por los momentos más importantes de la subcuenca” (COLCIENCIAS et al., 2016b, p. 25). Diseñada con la comunidad en dos talleres: para escribir los textos, con la participaron cuatro personas; y para hacer las ilustraciones de la cartilla, donde intervinieron 21 estudiantes de la Institución Educativa Pance, junto a otras personas de la comunidad, bajo la orientación de los expertos de *ComunLAB*.



Figura 9. Fotografías de los talleres para la creación de la cartilla comunitaria.
Fuente: elaboración propia.

3.3. Comparando dos formas de hacer comunicación

Las dos prácticas de comunicación que se dieron en el corregimiento Pance representan ideas diferentes de esta actividad. En consecuencia, se desarrollaron en procesos distintos. La *CVC* realiza un proceso de comunicación institucional que puede reconocerse como informativo y sigue el modelo clásico Emisor – Mensaje – Receptor. Con ese modelo apoya su gestión para el cumplimiento de su misión como autoridad ambiental e interlocutor de los actores del departamento y los sensibiliza sobre la importancia del cuidado y preservación del ambiente.

“Desde la comunicación comunitaria se piensa que el proceso de comunicación debe realizarse de modo que dé a todos la oportunidad de ser alternativamente emisores y receptores” (Kaplún, 2002, p. 59), entendiendo a la comunicación como una puesta en común (Kaplún, 2002). Es así como *ComunLAB* plantea un proceso de comunicación con la comunidad, orientado a fortalecer los lazos entre sus miembros e instituciones como la academia, además de articular las dinámicas participativas del proyecto, propiciar escenarios para la construcción colectiva y fortalecer los procesos sociales, ambientales y comunicacionales de Pance.

Si bien las dos ideas de comunicación han coexistido, su diferencia está dada por cuestiones políticas del desarrollo de las sociedades: “Los medios de comunicación son, en el contexto del desarrollo, generalmente utilizados para sostener iniciativas de desarrollo por medio de la diseminación de mensajes que instan al público a apoyar proyectos dirigidos hacia este desarrollo” (Servaes & Malikhao, 2012, p. 45). Así se puede identificar la asociación de cada proceso con distintos enfoques de la comunicación. El proceso institucional se realiza desde la comunicación para el desarrollo, que destaca la necesidad de apoyar los sistemas de comunicación recíproca que propicien el diálogo y permitan que las comunidades se manifiesten, expresen sus aspiraciones e intereses y participen en las decisiones relacionadas con su desarrollo (ONU, 2011). Sobre lo anterior advierten Gumucio & Tufte (2008), que es un modelo muy institucionalizado y en consecuencia prevé las herramientas, los mensajes y las técnicas, porque se centra en el resultado, generalmente a conveniencia de la institución que lo implementa.

Por su parte, el proceso de comunicación comunitario hecho por *ComunLAB* se identifica con la Comunicación para el Cambio Social: “el proceso de diálogo público y privado a través del cual las personas definen quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y cómo pueden actuar colectivamente para alcanzar sus metas y mejorar sus vidas” (Grey & Deane, 1999, p. 8). En ese caso, el proceso es más importante que los resultados:

(...) la participación de los actores sociales, quienes a su vez son comunicadores, ocurre en el marco de un proceso de fortalecimiento colectivo que precede al desarrollo del mensaje. La difusión de mensajes es apenas un producto secundario del proceso de comunicación (Gumucio & Tufte, 2008, p.37).

ComunLAB emprendió el proceso de comunicación para el “*Proyecto Pance*” a través del diseño, al considerarlo una práctica social válida para hacer comunicaciones, en concordancia con el trabajo de teóricos como Papanek (1977), Frascara (1997), Margolin y Margolin (2002), Sanders & Stappers (2008), Armstrong, Bailey, Julier & Kimbell (2014) y Manzini (2015), que han marcado la apertura del área del diseño. Puede entenderse el diseño como creador social de significados, donde el diseñador tiene la posibilidad de trabajar como guía de los no expertos en el proceso de diseño, en cumplimiento de un rol estratégico e involucrándose con todos los pasos del proceso comunicacional. Es una propuesta en la que el diseño se encuentra con otras áreas del conocimiento y con la comunidad, para emprender la práctica de comunicación.

Por el contrario, en el proceso de comunicación institucional, el diseñador asume un rol técnico en intervenciones puntuales durante el proceso de comunicación, haciendo “cosas” que son el fragmento de un mensaje. Costa (2012) advierte que no se puede pensar el diseño como una esfera encargada de hacer “cosas” sino de producir hechos sociales, o lo que denomina causas de comunicación. Y para Uribe (2009), la definición de diseñador debe ser replanteada con base en el reconocimiento de su injerencia en los procesos comunicativos, es decir, entender que las problemáticas asumidas por el diseño se relacionan, no solamente con la apariencia formal, sino más exactamente con los fines comunicativos.

En cuanto a las herramientas propuestas para el proceso de comunicación, *ComunLAB* buscó que apoyaran la creación en conjunto de los expertos y los no expertos que trabajaron participativamente, con el fin de convertirlas en andamios de la creatividad colectiva, según lo expuesto por Sanders & Stappers (2006), para quienes las herramientas pueden facilitar la participación y permitir a las personas el diálogo y el entendimiento. Las personas sin experiencia debían apropiarse conocimientos y tecnologías para el diseño y difusión de la comunicación, en ese sentido, las herramientas tendrían que estar al alcance de todos los participantes, de modo que no existieran barreras para usarlas.

En contraste, el proceso institucional usa grandes medios y tienen un alcance masivo, pero requieren expertos para su manejo, lo que reafirma el rol como receptores de las personas en las comunidades. Esos medios transmiten información de las acciones que la Corporación hace en desarrollo de su misión en Pance como autoridad ambiental o como promotora de desarrollo:

Pero hay otros modos de construir sociedad; entre la representación política y el consumo hay otros modos de construir ciudadanía. Y, en particular, frente a los medios públicos estatales (tradicionalmente débiles en América Latina) y los medios privados comerciales (que ocupan la mayor parte del espacio mediático), habría un tercer sector de medios, el sector social comunitario, imprescindible para una democratización de la comunicación de la sociedad (Kaplún, 2007, p. 313).

La práctica permitió constatar las diferencias entre las dos formas de hacer comunicación. Para *ComunLAB* fue más importante el proceso, sus intervenciones se dieron en espacios que legitiman al diseño dentro del diálogo de saberes, lo que permitió a los participantes adquirir conocimientos sobre diseño y comunicación. Se cumplió con lo encargado al componente de comunicaciones del “*Proyecto Pance*”.

La *CVC*, por su parte, durante el período estudiado generó un menor número de mensajes respecto a *ComunLAB*. Las actividades de su práctica se dieron como intervenciones puntuales y alejadas de las personas de la comunidad de Pance, es decir, fueron acciones institucionales las que se informaron.

Conclusiones

- Existe una alternativa a la comunicación tradicional, representada por la comunicación comunitaria. En Pance este modelo permitió la participación efectiva de los diferentes actores del territorio -comunitarios e institucionales- en la que se asumió a todas las partes como creadores de comunicaciones y alternativamente como emisores y receptores. Así todos aportaron a las diferentes etapas del “*Proyecto Pance*”.
- La opción de la comunicación comunitaria -facilitada por *ComunLAB*- estuvo determinada por el papel que desempeñó el diseño. Se reconoció que el diseño puede hacer comunicación y orientar esta actividad, cuando es visto como generador de significados sociales y se le permite actuar acompañando un proyecto y no sólo en la etapa final.
- La puesta en común que significó la comunicación del “*Proyecto Pance*” fue posible porque los miembros de la comunidad que participaron descubrieron que eran capaces de diseñar comunicaciones colaborativamente con los expertos, gracias al proceso de diseño y sus herramientas. En este caso fue más importante aprender a crear las comunicaciones, es decir, el proceso, que los resultados.
- El diseño gestionó las herramientas necesarias para que la práctica de comunicación comunitaria en Pance fuera en efecto participativa: los encuentros en talleres para crear y validar las propuestas, la creación del canal comunitario, la apropiación de la tecnología social *Ojo Voz* y el prototipado de piezas de manera colaborativa entre los expertos y los no expertos. Todo eso les dio a las personas de la comunidad de Pance la oportunidad de ser parte de la comunicación como creadores y no sólo como receptores.



Notas

- ¹ Profesor e investigador de Bellas Artes- Institución Universitaria (Cali, Colombia). Magister en Diseño y Creación. orcid.org/0000-0002-1073-5567
- ² Profesor Investigador Universidad ICESI. Doctor en Diseño y Creación. [Orcid.org/0000-0002-1802-1008](https://orcid.org/0000-0002-1802-1008)
- ³ Canal de Cuentos Verdes en Youtube: <https://www.youtube.com/user/CuentosVerdes>
- ⁴ Canal del Informativo CVC en YouTube: <https://www.youtube.com/user/InformativoCVC>
- ⁵ Página web de la CVC: <https://www.cvc.gov.co>
- ⁶ Fanpage de la CVC en Facebook: <https://www.facebook.com/CVCambientalValle/>
- ⁷ Canal Comunitario Tejiendo Futuro Pance: <http://sautiyawakulima.net/proyectopance/map.php>
- ⁸ Plataforma *OjoVoz*: <http://ojovoz.net/>
- ⁹ *Tejiendo el futuro de Pance*. Cartilla de socialización de la Estrategia de manejo socioambiental de la subcuenca del río Pance: <http://www.panceambiental.org/wp-content/uploads/2017/03/CARTILLA-PANCE-ilovepdf-compressed-2.pdf>

Referencias

- Aguirre, J. (2017). *Análisis de caso de dos plataformas implementadas para fortalecer la sostenibilidad de colectivos culturales de la ciudad de Cali, Colombia*. (Tesis Doctoral). Universidad de Caldas, Manizales, Colombia.
- Armstrong, L., Bailey, J., Julier, G., & Kimbell, L. (2014). *Social design futures: HEI research and the AHRC*. University of Brighton.
- COLCIENCIAS, Universidad ICESI, & Casa de la Cultura Ambiental de Pance. (2016a). Informe Diagnóstico Proyecto Estrategia de Manejo Ambiental de las Zonas Media y Baja de la Subcuenca del Río Pance. Universidad Icesi.
- COLCIENCIAS, Universidad ICESI & Casa de la Cultura Ambiental de Pance. (2016b). *Estrategia de Manejo Socioambiental de la Subcuenca del Río Pance*. Universidad Icesi.
- Consultoría ICESI & Grupo de Trabajo de Comunicaciones CVC. (2015b). *Procedimiento: Diseño, Impresión y Distribución de Material Gráfico*. CVC.
- Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca - CVC. (2016a). *Plan de Acción Cuatrienal 2016-2019 "Hechos de Paz con la Naturaleza"*. Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca - CVC.
- Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca - CVC. (2016b). *Plan Director Reputacional de la CVC 2016-2019*. Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca - CVC.
- Costa, J. (2012). *Cambio de paradigma: la Comunicación Visual*. [Entrada en blog]. Recuperado de: <https://foroalfa.org/articulos/cambio-de-paradigma-la-comunicacion-visual#o40864>
- CVC Ambiental - Publicaciones. (2017). [Actualización Facebook]. Recuperado en septiembre 18, 2017, de <https://www.facebook.com/CVC.Ambiental/posts/1580589988907628>
- Frascara, J. (2000). *Diseño Gráfico y Comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Grey, D., & Deane, J. (1999). *Communication for Social Change: A Position Paper and Conference Report*. Rockefeller Foundation. Recuperado de: <http://www.communicationforsocialchange.org/pdf/positionpaper.pdf>
- Gumucio, A. & Tufte, T. (2008). *Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas Históricas y Contemporáneas*. New Jersey, USA: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

- Kaplún, M. (2002). Una pedagogía de la comunicación. El comunicador Popular. La Habana: Editorial Caminos.
- Kaplún, G. (2007). La comunicación comunitaria: Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. España, Fundación Telefónica y Ariel, 311-320.
- Manzini, E. (2015). *Design When Everybody Designs: an introduction to design for social innovation*. MIT Press Books.
- Margolin, V. & Margolin, S. (2002). A “social model” of design: Issues of practice and research. *Design Issues*, 18(4), 24–30.
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2014). Guía Técnica para la Formulación de Planes de Ordenación y Manejo de Cuencas Hidrográficas - POMCAS. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.
- ONU. (2011). *Comunicación para el Desarrollo: Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas*. Nueva York, USA: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Papanek, V. (1977). *Diseñar para el mundo real. Ecología Humana y Cambio Social*. Barcelona, España: Pollen Editions.
- Pérez, M. A. (2014). *Conflicto Ambiental en el Rio Pance Entre Diversos Usos y Usuarios del Agua*. Cali: U. del Valle.
- Sanders, E. (2006). Scaffolds for building everyday creativity. *Design for effective communications: Creating Contexts for Clarity and Meaning*, 65-77.
- Sanders, E. & Stappers, P. J. (2008). Co-creation and the new landscapes of design. *Co-design*, 4(1), 5-18.
- Sanders, E. & Stappers, P. J. (2014). Probes, toolkits and prototypes: three approaches to making in codesigning. *CoDesign*, 10(1), 5–14.
- Scariot, C., Heemann, A., & Padovani S. (2012). Understanding the collaborative-participatory design. *Work*, 41((Supplement 1)), 2701–2705.
- Sevaldson, B. (2010). Discussions & Movements in Design Research: A systems approach to practice research in design. *FORMakademisk*, 3(1).
- Servaes, J. & Malikhao, P. (2012). Comunicación participativa: ¿el nuevo paradigma? *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, 1(4).
- Tisselli, E. (2017). Ojo Voz. [Página web]. Recuperado de: <http://ojovoz.net/>
- Uribe, M. (2009). “Caracterización del objeto de estudio del diseño de comunicación (gráfico / visual) y su relación con las diferentes dimensiones de aplicación: empírica, profesional y académica”. Universidad de Caldas, Manizales, Colombia.

Recibido: 16 de abril de 2018 / **Aprobado:** 30 de noviembre de 2018