

**PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN RADIAL PARA LA EMISORA COMUNITARIA
UBALÁ 107.8 FM ESTEREO**

Por

ELIZABETH PEDRAZA GOMEZ

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
UNAD
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANAS Y EDUCATIVAS
BOGOTÁ D.C.
2005**

**PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN RADIAL PARA LA EMISORA COMUNITARIA
UBALÁ 107.8 FM ESTEREO**

por
ELIZABETH PEDRAZA GOMEZ

Tesis propuesta para el Título Profesional en:
COMUNICACIÓN SOCIAL COMUNITARIA

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
UNAD
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANAS Y EDUCATIVAS
BOGOTÁ D.C.
2005**

Nota de Aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bogotá D.C. 2005

DEDICATORIA

A Dios primero que todo por permitir cada día que siguiera adelante a pesar de los miles de tropiezos por los que tuve que pasar, él siempre acompañó la dura meta que tracé para culminar mi carrera.-

A mi madre ROSALBA, quien siempre estuvo apoyándome en la preparación de esta importante tesis, a mi hermano NELSON OSWALDO por compartir conmigo las difíciles pruebas de mi investigación, a mi esposo ÁLVARO, por estar siempre conmigo, por apoyarme y por desvelar su sueño acompañando mi arduo trabajo y finalmente a toda mi familia por su apoyo desinteresado.-

AGRADECIMIENTOS

El autor desea dar las gracias a:

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD por su programa, recurso humano y físico para llevar a cabo el desarrollo de este trabajo.

A la Emisora Comunitaria del municipio de Ubalá Cundinamarca “Ubalá 107.8 FM Estereo”, por permitirme la investigación, práctica integral y compartir sus sabias experiencias.

A las asesoras Victoria González, Iliana Aparicio y Ligia Ortiz quienes me han sabido orientar y así sacar adelante mi investigación.

A todos los profesores de la Universidad quienes aportaron sus conocimientos.

Y a todas aquellas personas que de una u otra forma colaboraron en la realización del presente trabajo.

CONTENIDO

	PAG.
INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	2
OBJETIVOS	3
- GENERAL	
- ESPECIFICO	
FORMULACION DEL PROBLEMA INVESTIGADO	4
1. MARCO TEORICO – CONTEXTO DE ESTUDIO	6
1.1 ANALISIS SOBRE EL LUGAR DE ESTUDIO	6
1.1.1 Antecedentes de la Radio en el Municipio de Ubalá (Cund.)	8
2. COMUNICACIÓN, AUDIENCIAS Y RECEPCIÓN DEL MEDIO RADIAL	15
2.1 AUDIENCIA RADIOFÓNICA	15
2.1.1 Recepción Radial	17
2.1.2 Estudios sobre Recepción Radiofónica	19
2.2. ESTUDIOS CUALITATIVOS	21
2.2.1 Procesos de Recepción	23
2.2.2 Estudios en Latinoamérica	26
2.2.3 Recepción y Efectos de Participación	27
2.2.4 Participación Radiofónica	29

3.	CONCEPTO GENERAL SOBRE RADIO	31
3.1	RADIOS COMUNITARIAS EN COLOMBIA	33
3.1.1	Concepto	33
3.2	CARACTERISTICAS DE LA RADIO COMUNITARIA	37
3.2.1	Funciones de la Radio	39
3.2.2	Creación de las Emisoras Comunitarias	42
3.2.3	Planeación Estratégica en la creación de las Emisoras Comunitarias	45
3.2.4	Financiación	47
3.3	REQUISITOS PARA LA SOLICITUD DE EMISORAS COMUNITARIAS	55
3.3	PROYECCIONES DE LAS EMISORAS COMUNITARIAS DIÓCESIS DE ZIPAQUIRÁ	57
3.4	PRINCIPIOS ORIENTADORES DEFINIDOS DE LA RADIO COMUNITARIA – DIÓCESIS DE ZIPAQUIRÁ	57
4.	HISTORIA DE LA EMISORA COMUNITARIA UBALA 107.8 FM STEREO	59
4.1	ANTECEDENTES	59
4.1.1	Fines y Características actuales de la Emisora Ubalá 107.8 FM Estereo	61
4.2	PROGRAMACION RADIAL DE LAS EMISORAS COMUNITARIAS DIÓCESIS DE ZIPAQUIRA	62
4.2.1	Programación Actual de la Emisora Ubalá 107.8 FM Estereo	62
4.2.2	Programación actual de la Emisora Farallones 106.4 FM Estereo	70
4.2.3	Programación actual de la Emisora La “J” 107.4 FM Estereo	75
4.3	ANÁLISIS Y CONCLUSIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE LAS EMISORAS COMUNITARIAS DE LA REGION DEL BAJO GUAVIO	79
4.3.1	Información General	79

4.4	CONCLUSIÓN SOBRE LA PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA COMUNITARIA UBALÁ 107.8 FM STEREO	81
4.5	ANALISIS DE LA INFORMACIÓN DESDE LOS OBJETIVOS DE LAS EMISORAS COMUNITARIAS	82
4.6	HALLAZGOS OBTENIDOS	83
4.7	CONCEPTO SOBRE ENCUESTA	84
4.7.1	Resultados	85
4.8	ANALISIS DE ENCUESTAS	86
4.8.1.	Encuesta No. 01 para los Oyentes	86
4.8.2.	Encuesta No. 02 para los Oyentes	90
5.	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA PROYECTAR EL DESARROLLO Y LA PERMANENCIA ACTIVA DE LA AUDIENCIA EN LA RADIO COMUNITARIA UBALA 107.8 FM STEREO	103
5.1	PLANTEAMIENTO DEL PERFIL DE LA AUDIENCIA	116
5.2	PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN PARA LA EMISORA COMUNITARIA UBALÁ 107.8 FM STEREO	117
5.2.1	Modelo de Guión para el Nuevo Programa Radial	117
5.3	ESTUDIO DE PROGRAMACIÓN PROPUESTO COMO MODELO PARA LA EMISORA UBALA 107.8 FM STEREO	124

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se ha dispuesto elaborar una propuesta de programación radial diferente para la Emisora 107.8 Ubalá FM Estereo, que cuente con elementos o herramientas que faciliten la participación comunitaria de los oyentes como principal fuente de estudio.-

Se pretende demostrar con esta investigación que es necesario utilizar alternativas comunicacionales que logren incluir a la comunidad como protagonistas de su propio desarrollo, pues se hace necesario llevar a cabo una labor como empresa de radiodifusión local que cumpla un papel de integración social e identidad cultural en el municipio de Ubalá Cundinamarca.-

JUSTIFICACIÓN

Este trabajo sobre Radio Comunitaria desea crear espacios de participación donde se logren desarrollar destrezas y habilidades que permitan desenvolver las potencialidades de la comunidad del municipio de Ubalá. Con la realización de este proyecto, el oyente captará la urgencia y necesidad del cambio y aceptará su contenido parte principal de esta investigación.-

La nueva programación permitirá encausar a los oyentes de la emisora 107.8 Ubalá FM Estereo hacia la socialización y participación comunitaria, profundizando los conocimientos encaminados hacia la actualización e innovación del medio con el que cuentan.-

Es necesario por esta razón, actualizar los equipos de producción y tecnología de transmisión, conocer los aspectos técnicos sobre los proyectos comunicativos que se trabajan a diario en el medio y finalmente lograr con esta investigación que la emisora comunitaria lleve a cabo una labor como verdadera empresa de comunicación local, que cumpla un papel de integración social e identifique su cultura al tiempo que fomente actividades económicas locales.-

De aquí parte el análisis principal del comunicador comunitario frente al medio radial, es decir, la comunicación comunitaria es el resultado de una comunicación participativa, alternativa, con intenciones y necesidades de pensar un ser en el mundo, un ser en conflicto y convivencia con otros, donde con el compartir de sentido se facilite un compartir en comunidad. Esto es, una comunicación que piensa en el sujeto activo, reflexivo y no en el objeto pasivo y

autómata. Es la búsqueda por alcanzar lo que en comunicación es una utopía, la dimensión social, la producción activa de una comunicación en sociedad.-

OBJETIVOS

GENERAL

Construir alternativas de desarrollo social dentro del municipio de Ubalá por medio de la participación radial comunitaria, a través de una programación diferente que logre satisfacer las necesidades comunicativas de la comunidad del municipio.-

ESPECÍFICOS

- Lograr la participación de las organizaciones y entidades sociales como Batallón Baraya, Policía Nacional, Hospital Regional, Centro Médico, Alcaldía Municipal, Notaría Única, Juzgados, Registraduría del Estado Civil, Corpoguavio, Centros Naturistas y Comercio en general, para que la comunidad de Ubalá sienta que hace parte importante dentro del medio radial comunitario.-
- Desarrollar programas con un contenido social y de interés público como los que promueve cada entidad a nivel interno y externo, es decir, programas de mejoramiento de la calidad humana que día tras día adelantan dichas entidades en favor del beneficio de la comunidad del municipio, para realzar el nivel educativo y social en las comunidades que escuchan la radio.-
- Organizar de manera distinta una programación participativa y transparente que permita demostrar a los oyentes un contenido donde se

maneeje el lenguaje popular de la comunidad para que a la vez sea veraz, claro y eficiente.-

EL PROBLEMA INVESTIGADO

ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Durante el desarrollo de las actividades realizadas en la práctica integral con la comunidad del municipio de Ubalá Cundinamarca, específicamente con los radioescucha de la emisora comunitaria Ubalá FM Estereo – dial 107.8; se observó que mas de la mitad de la comunidad presenta descontento y dificultad frente al medio de radiodifusión sonora con el que cuentan; un 80% de la comunidad no gusta de la programación ni de la emisión radial de la emisora comunitaria, situación que permite contemplar el bajo interés por escuchar el medio comunitario con el que cuenta la Región del Bajo Guavio.-

Los radioescuchas del sector rural y urbano del municipio en su gran mayoría solo sintonizan la emisora comunitaria en las horas del medio día, es decir, de 12:00 m. a 1:30 p.m.; en este horario está de acuerdo la mayoría de las personas en que es importante sintonizar la radio, en este lapso de tiempo se emiten las noticias locales y regionales que surten interés común dentro de la comunidad y pasada esta emisión cambian de dial.-

En el transcurso de la práctica frente a este medio comunitario, se han venido realizando varios trabajos con la comunidad como diálogos, visitas domiciliarias, encuestas, entrevistas, sondeo de audiencia, entre otros, relacionados con la clasificación de programas, preferencias, reclamos y sugerencias hacía la misma.-

No se puede desconocer que la metodología empleada en este momento en el medio comunitario ha sido tradicional, se han podido detectar algunos problemas que debilitan el sistema de radiodifusión comunitaria en el municipio, esta emisora aunque animada por los mejores propósitos de trabajo social mediante la radio, tienen como organización un bajo nivel de preparación administrativa y técnica, así como escasos recursos económicos.-

El personal que labora allí ha diseñado la programación basándose en imitaciones radiales publicitarias, tomadas de las emisoras reconocidas que también tienen cobertura en la región, no se han utilizado alternativas nuevas ni se han empleado formas dinámicas ni creativas para que el trabajo comunitario permita el proceso de adaptación de la población, tampoco se ha logrado el resultado esperado, la participación de la comunidad en el medio es esencial, cuando la región participa, se educa, aprende, reconoce como suyo el medio radial y estimula a su comunidad con programas innovadores.-

Para lograr lo anterior, es necesario que las entidades y organizaciones sociales como Batallón Baraya, Policía Nacional, Hospital Regional, Centro Médico, Alcaldía Municipal, Notaría Única, Juzgados, Registraduría Nacional del Estado Civil, Corpoguavio, Centros Naturistas y Comercio en general participen en el medio promoviendo por medio de la radio comunitaria su entidad, los servicios que presta y los beneficios que brinda a la comunidad en general.-

CAPITULO I

1. MARCO TEORICO CONTEXTO DE ESTUDIO

1.1 ANÁLISIS SOBRE EL LUGAR DE ESTUDIO

El municipio de Ubalá hace parte de la provincia del Guavio, conjuntamente con Gachalá, Gachetá, Gama y Junín, el conjunto de los cinco municipio abarca un área total de 1.694 Km², Ubalá tiene una extensión de 50.481 hectáreas, de las cuales 129 pertenecen al área urbana y 50.378 al área rural.-

El municipio se encuentra localizado a 4° - 46' - 24 de latitud norte, 73° - 32' de longitud oeste, a 107 kilómetros de distancia de la capital del país, la altitud es de 1.949 m.s.n.m., limita al norte con el Departamento de Boyacá, al oriente con Medina, al sur con Medina, Gachalá y Gama y finalmente al occidente con Gachetá.-

La temperatura oscila entre los 10°C y 20°C con temperaturas promedio de 18°C, durante el año se presenta un periodo de lluvias en los meses de agosto a noviembre y un periodo de verano de diciembre a marzo.- Según el censo de 1999, la población total es de 13.062 habitantes distribuidos de la siguiente manera.-

SEXO	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL
Masculino	1425	6575	8000
Femenino	2020	5102	7122

TOTAL	3445	11677	15122
--------------	-------------	--------------	--------------

El municipio de Ubalá está dividido en dos zonas, zona Ubalá A y zona Ubalá B, el clima predominante es intermedio, húmedo – super húmedo, con precipitaciones de 3000 a 3500 mm/mes.- Esta unidad corresponde a la cuenca del Río Negro, parte de la cuenca del Río Sucio y del Río Chivor, hacia la parte nororiental en la vereda de Cascada. Las Mercedes, Santa Bárbara, Guaduales, Santuario, Laguna Azul, El Eden, Betania, Río Negro, Mundo Nuevo y San Cayetano.-

Los primitivos pobladores de Ubalá fueron los Chíos de la nación Chibcha que poblaban gran parte de esta región del Guavio, hasta de los Mambitas y Suruagas, por los lados de Medina, fueron notables los cacicazgos de Pauso, Sistatá, Mámbita, Tualá, Ubalá, Gachetá, Gachalá y Chipazaque, dependientes del cacique de Guatavita de quienes fueron doctrineros los dominicos.-

A finales de 1938 se inició el caserío de San Pedro de Jagua (zona B del municipio de Ubalá) y en donde se encuentra la segunda parte de la Central Hidroeléctrica del Guavio.-

Las carreteras rurales de nuestro municipio están en reconstrucción, puesto que eran caminos de herradura que permitían comunicarse de la zona A a la zona B, se tiene que viajar hasta Bogotá para llegar a la zona B por que el municipio no requiere de buenos recursos para la reconstrucción de la carretera directa al sector de la zona B.-

La Represa del Guavio permite a sus pobladores comunicarse con el municipio de Gachalá por medio de lanchas (para los habitantes) y por medio del planchón (para los animales).-

En el municipio las comunicaciones satelitales son escasas, en este momento se encuentra la empresa COMCEL y TELECOM.-

Por medio de las empresas FLOTA VALLE DE TENZA, ALIANZA, TRANSGUASCA, TAXGUAVIO, COOTRANSGUAVIO y COOINTRANSUBALA la población se transporta de los municipios al sector urbano y viceversa.-

Hacia el sector rural, se encuentra desde hace cinco años una fuente de comunicación como es la emisora comunitaria UBALA FM STEREO, funciona en el dial 107.8 banda en F.M. y presta un importante servicio comunitario.-

1.1.1 Antecedentes de la Radio en el Municipio de Ubalá (Cund.)

La radio comunitaria de Ubalá, dependiente de la Diócesis de Zipaquirá, a logrado llegar a los sectores mas apartados de la región.-

Dentro de su programación habitual encontramos paquetes de información que semanalmente llegan a los estudios de la emisora, enviados por la Asociación Colombiana de Radios Comunitarias, los cuales son alternados con la programación musical y cultural que maneja a diario esta emisora.-

En el municipio de Ubalá se realizó una investigación sobre la radio comunitaria llamada Ubalá F.M. Estereo, por medio de algunas entrevistas a las personas que trabajan directamente con la radio comunitaria UBALA FM STEREO, su director el padre WILLIAM NELSON ORTIZ MURCIA, dos locutores GERMAN ORTIZ como coordinador y NILSON ROMERO como colaborador de programación y producción.-

De igual manera se realizó un sondeo de audiencia en donde se obtuvo de la comunidad las ventajas de la radio en la región y también hablaron sobre el servicio que diariamente prestaba la emisora para la región del Guavio.-

La emisora del municipio de Ubalá se encuentra matriculada en el Ministerio de Comunicaciones como emisora de la parroquia, la que depende directamente de la Diócesis de Zipaquirá.- Esta emisora surgió de un proyecto a nivel diocesano de veintiún emisoras entre las cuales Ubalá salió favorecida como parroquia, funciona como emisora desde el 25 de Junio de 1999 y se inauguró como emisora comunitaria el 19 de Agosto del mismo año, en este momento se encuentra funcionando bajo la dirección del padre WILLIAM NELSON ORTIZ MURCIA y con él dos jóvenes, un coordinador y un productor de programación.-

La emisora del municipio presta servicios comunitarios a nivel musical e informativo, su emisión parte todos los días desde las cinco de la mañana hasta las nueve de la noche, la comunidad tiene la oportunidad de participar por medio de la radio cuando se transmite la Santa Eucaristía, cuando se emiten anuncios de interés público o simplemente cuando se realiza la programación de la emisora cotidianamente.-

La emisora se clasifica como radio mixta por que emite el noticiero a nivel municipal en el horario del medio día, muestra énfasis temático en algunos de sus programas, por ejemplo, al iniciar la jornada diaria puntualiza bastante en la proclamación del Santo Rosario, el Ángelus, las Letanías, etc. Y en el transcurso del día predomina la programación musical; al finalizar la jornada nuevamente su eje temático (religioso) se repite por mas de 90 minutos.-

La comunidad entrevistada solía decir que la emisora comunitaria les agrada por que en su programación hay música e informaciones del municipio; en ocasiones

organizan actividades con instituciones o entidades vinculadas a su trabajo y eventualmente combinan la comunicación directa con la masiva.-

La comunidad comenta que en ocasiones la radio discrimina variedades de público, en su estilo como en su temática, según los entrevistados, al comienzo solía recuperar el estilo regionalista y su cultura iba más allá de los límites políticos y territoriales, era significativa, justamente en nuestra sociedad donde es tan necesario confrontar el centralismo y recuperar las maneras de ser de nuestra población rural.-

Al pasar el tiempo la radio se volvió a convertir en una mas de las tantas que ocupan un dial en el transistor, se olvidó el concepto participativo y comunitario, su definición frente al mundo local del campo dejó de ser prioritario y pasó a ser un archivo mas de los tantos que se manejan en la emisora. Los fines educativos, sociales o comerciales pasaron a ocupar un segundo plano y se minimizaron las posibilidades de participación a cantantes y grupos musicales a nivel local que en su momento se habían rescatado dentro del municipio, desapareciendo de esta manera el liderazgo en el manejo de una temática propia del ámbito regional.-

La emisora comunitaria, tiene la capacidad de hacerse oír en diversos pueblos de la región como por ejemplo en los municipios de Gachalá, Gama, Gachetá, Inspección de Laguna Azul, Inspección de Santa Rosa y las veredas aledañas al municipio de Ubalá.-

Existen entidades que crean contratos para realizar la publicidad impresa de sus productos o servicios como son: CORPOGUAVIO (Corporación Autónoma del Guavio), La Alcaldía Municipal de Ubalá, ECOOPSOS (Cooperativa Especializada de Salud), EMGESA (Empresa Generadora de Energía Eléctrica), Juzgado

Promiscuo Municipal, Notaría Única de Ubalá y finalmente el gremio del comercio del municipio de Ubalá.-

Gracias a la colaboración de estas entidades, se ha podido financiar una parte de los gastos y obligaciones de la emisora, otra parte sale de los ingresos que adquiere la parroquia por sus servicios y una última parte cubre sus obligaciones económicas con el pago de compromisos publicitarios de algunos establecimientos comerciales de la zona urbana y de ahí se cancela la nómina de los locutores y los servicios públicos como la luz, el teléfono y el servicio de fax.

La emisora comunitaria se encuentra ubicada en la Casa Cural hace aproximadamente más de cinco años, la antena de transmisión se encontraba hasta hace tres años en el sitio denominado “El Tabor” – vereda de Sagrado Corazón, en una visita de los funcionarios del Ministerio de Comunicaciones al medio radial, les permitió realizar un estudio donde analizaron el sitio y la capacidad de frecuencia que ésta prestaba, fue así como ordenaron cambiar de sitio la antena y fue trasladada al sector del “Alto de los Cristales” perteneciente a la misma vereda, allí ha adquirido mayor cobertura y gran parte de la población a podido tener acceso a la estación radial.-

En el municipio también se escuchan otras emisoras en banda FM como son La Voz del Río Meta 88.8, Marandúa Estereo 101.3, Hondas Don Bosco 89.3, Colombia Estereo 91.1; (emisoras del Departamento del Meta), Emisora de la Policía Nacional 93.6 (emisora de Tunja Boy.), Reina Estereo 92.6 (emisora de Chiquinquirá Boy), Colombia Estereo 90.1 (emisora de Duitama Boy.), Rumba Estereo 103.3 (emisora de Villapinzón con enlace en la emisora principal de Bogotá en el dial 105.4) y lógicamente las emisoras comunitarias de los municipios cercanos a Ubalá como son Farallones Estereo 106.4 (emisora del

municipio de Gachalá Cund.) y la “J” Estereo 107.4 emisora comunitaria del municipio de Junín (Cund.), ésta última pertenece a dos personas particulares.-

Las emisoras que se escuchan con frecuencia son las de la Región del bajo Guavio; para la comunidad del municipio de Ubalá, el encuentro con la banda FM fue novedoso, la población estaba acostumbrada a escuchar los mensajes de interés comunitario por medio de la única emisora de carácter pirata que se escuchaba en el municipio de Ubalá, solo emitía dos horas al medio día, esta emisora tenía el nombre de “La Voz de Ubalá” y funcionaba en la banda de AM, en ese entonces fue de propiedad del señor LUIS RODRÍGUEZ quien era uno más de los habitantes del municipio de Ubalá y quien conociendo la necesidad comunicacional de la comunidad del municipio construyera un sistema casero para poder prestar el servicio únicamente de informaciones importantes de la población, cabe anotar, que rara vez cobraba dinero por cada aviso o información que llegara hasta su estudio para transmitirlo por su emisora; al llegar la nueva emisora y en ese entonces ya denominada Ubalá 107.8 FM Estereo, hizo que esta emisora anterior fuese cerrada por que no tenía licencia que acreditara su autorización de funcionamiento por el Ministerio de Comunicaciones, cuando esto sucedió y no volvió a funcionar la emisora, la comunidad no aceptó una nueva emisora y mucho menos si se trataba de una emisora que se debía sintonizar en banda FM, la gente no vio con buenos ojos la llegada de la nueva emisora y no querían aceptarla a pesar de que estaba legalmente constituida para salir al aire; no les gustaba la música, ni las informaciones, ni el locutor, y en varias ocasiones se detectó con preocupación que muchos de los trasmisores de la comunidad de las veredas no contaba con la banda FM. De esta manera se notó con urgencia la necesidad de realizar un trabajo que permitiera recobrar aceptación en los oyentes y fue así como se idearon estrategias de trabajo con empeño y entusiasmo por la comunidad del municipio de Ubalá, pero al pasar los años se

olvidó este objetivo principal que se había trazado, desmejorando así el servicio como hasta el momento se ha notado.-

La comunidad de los pueblos se ha destacado por sus costumbres, comentaban los entrevistados que fue difícil aceptar el cambio brusco de una emisora prácticamente manual a una completamente estructurada, una de las cosas que logró resentir a la población con relación a los avisos y servicios que necesitaran de la nueva emisora era que debían cancelar una suma de dinero, en cambio con don “Luisito” como solían llamar al señor de la antigua emisora “La Voz de Ubalá”, en muy pocas ocasiones cobraba, pues casi siempre se trataba de sus amigos y él no se atrevía a pedirles un solo peso por la emisión de sus mensajes.-

Una de las estrategias utilizadas por la emisora para lograr captar la atención del oyente fue la realización de concursos y la participación del oyente por medio de sus llamadas a la línea telefónica del estudio, tal estrategia consistió en celebrar una fecha especial, en ese entonces se acercaba “el día de las brujitas”, para tal efecto organizaron con mucho entusiasmo un concurso dirigido a los niños de las escuelas rurales con el objetivo principal de crear un personaje infantil donde se representara un protector de los niños, es decir, motivar a los niños y a sus docentes para que creativamente ingeniaran un disfraz que hiciera las veces de “Defensor de los Niños” encaminado lógicamente hacia el tema de los Derechos del Niño.-

Esta actividad creó entre los oyentes una expectativa diferente sobre este nuevo medio radial, dando como resultado una gran participación de escuelas que cada día aumentaba el número de sus participantes, atrayendo de manera imparcial a las escuelas de otros municipios que no se habían invitado para tal fin; esta actividad arrojó resultados sorprendentes, rescatando así la atracción de mucha más audiencia.-

Meses mas tarde se empezó a notar la debilidad de estos proyectos, la participación que inicialmente se le había dado al oyente había desaparecido, hasta el punto de suspender completamente esta clase de actividades, volviendo así a recaer nuevamente en la rutina diaria de programas netamente musicales y sin ninguna participación comunitaria.-

Hoy en día la comunidad del municipio de Ubalá se ha comprometido con la emisora Ubalá 107.8 FM Estereo, aunque solo una parte de ellos la ha aceptado, a pesar de algunos de sus inconvenientes se ha logrado reconocer su objetivo principal de servir a la comunidad y a la región.-

CAPITULO II

2. COMUNICACIÓN, AUDIENCIAS Y RECEPCIÓN DEL MEDIO RADIAL

2.1 AUDIENCIA RADIOFONICA

La audiencia es una forma de sociabilidad que se caracteriza por la participación y la fusión de los individuos entre sí.-

Los rasgos sociológicos propios de la audiencia son:

Una masa dispersa y extendida especialmente.-

Una masa heterogénea, integrada por individuos de diferentes edades, sexos, ocupaciones, hábitos, niveles de educación.-

Una masa posible de ser estructurada, aunque sea particularmente por los emisores.-

Una masa fluctuante o libre, que no está sometida a una oferta radial única.-

La audiencia es un producto de la radio.-

Los oyentes de radio, son seres incontables porque la radio junto con la televisión son el medio masivo de comunicación por excelencia.-

Los oyentes particulares de una emisora son naturalmente mucho menos, porque cada vez son mas las radios que compiten entre sí para ganar el favor de la población. Sin embargo también resultan incontables. Y no solo porque son

muchos sino porque se mueven; hay oyentes fieles, es cierto, pero otros no tanto, escuchan diferentes radios según los momentos del día o sus estados de ánimo; van pescando en medio de las ondas para ver qué encuentran; escuchan la radio y utilizan maneras diferentes de moverse por el dial.-

Por eso conocer la audiencia no es solo contar oyentes y describir sus comportamientos y gustos. Es también comprender el papel que la radio juega en relación con las distintas facetas y aspectos de su vida. Es comprender las razones profundas que mueven a alguien a convertirse en oyente de una emisora y conocer a fondo la relación que mantiene con ella.-

La palabra radiofónica es, básicamente, una palabra para ser escuchada por otros. Informaciones o programas musicales, sociodramas o chistes, debates o cuñas, cada sonido lanzado a través de las ondas es un sonido para alguien. Alguien que debe sintonizar con él y recordemos que *sintonizar*, según el diccionario, quiere decir “vibrar al unísono”...¿Se podrá vibrar con otro y hacer vibrar a otro si no lo conocemos profundamente?.-

De ahí que el conocimiento de la audiencia no debería ser una tarea extraña o alejada de las labores de producción, sino una tarea básica. Una de las tantas en las que debería fundarse la producción.-

Así lo entienden muchas emisoras que periódicamente con fines muy precisos, realizan estudios para saber cómo viven y piensan sus potenciales oyentes – es decir, aquellos que viven en el territorio cubierto por ondas -, o para saber por qué un determinado grupo de esa población – los jóvenes, por ejemplo – no escuchan sus programas.-

Saber cómo son quienes escuchan una radio y por qué lo hacen, conocer sus deseos y demandas frente a la radio, entender cómo la utilizan, como se relacionan con los locutores, la música, la información, en suma, comprender lo que significa el medio para la audiencia, es substancial para no hacer radio a ciegas o, lo que es igual, sólo guiados por nuestros ideales, intenciones y proyectos o por las normas que fija el mercado.-

2.1.1 Recepción Radial

Una fuente de donde deriva la importancia de los Estudios de Recepción (ER) es sin duda teórico – metodológica. Analizar la recepción es un modo de indagar o examinar cuidadosamente sobre la comunicación y sobre la producción de significados, esto es, sobre la creación cultural.-

El interés de los ER están enfocados a la percepción, apropiación, negociación y re-producción de significados. “Si en América Latina ha existido una gran preocupación por la cultura y su estudio ha sido central en distintas épocas; lo que revitaliza los ER es el convencimiento de que en tiempos de medios y tecnologías de información no es posible estudiar la cultura fuera de la comunicación y de todo aquello que los medios vehiculizan”¹.-

Otra fuente de donde adquieren importancia los ER en América Latina es de carácter político, importa conocer como se construye el sentido, no solo por afanes culturalistas, sino también para entender los procesos de re-construcción de los significados hegemónicos y para conocer con mas profundidad y amplitud la generación de resistencias y contrapesos al poder.

¹ OROZCO GOMEZ, Guillermo; Recepción y Mediaciones” – NORMA – Bogotá Agosto 2002.-

El tejido de la democracia se hace comunicativamente y ese tejido cada vez mas se realiza frente no detrás de los medios (Jesús Martín Barbero 1987).-

La recepción es producción, es interacción; “ los receptores no dejan de ser sujetos sociales cuando están en interacción con los medios”², la recepción no comienza ni termina en los momentos de contacto directo con los referentes mediáticos, todo proceso de recepción está necesariamente mediado desde diversas fuentes.-

Puede decirse que lo cultural, lo social, lo semiótico y aún lo estético y lo político se han integrado a lo comunicacional y a lo estrictamente mediático en los ER en América Latina y han enriquecido los objetos de estudio concretos.

Los estudios de recepción se han movido entre las ciencias sociales y han predominado en sus abordajes recientes las humanidades.-

Otro aspecto a ser considerado se enfocaría en explorar desde la recepción y las audiencias, los mecanismos y dinámicas que posibilitan la hegemonía contemporánea a través de la “visualidad electrónica convergente”. Particularmente las maneras innovadoras de interpelación y posicionamiento de los sujetos receptores parte de los medios audiovisuales.-

La necesidad de crear programas de recepción crítica ha sido continuamente resaltada por los estudios culturales de las audiencias. El carácter social del conocimiento y la naturaleza polisémica de los mensajes, son dos de los factores que han motivado el interés por desarrollar habilidades de decodificación crítica en los miembros de las audiencias de los medios.-

² MARTIN BARBERO, Jesús; “Estudio de la Recepción en Comunicación Social” – Tercer Mundo EDITORES – Bogotá 1995.-

La pedagogía crítica tiene raíces teóricas diferentes al paradigma de los efectos, su modelo de comunicación guarda semejanzas con él. Asume implícitamente que la formación de una actitud crítica es producto de la calidad de la información transmitida por los medios. De esta forma no solo ignora las consecuencias ideológicas de las mediaciones institucionales de la producción, sino que también pierde de vista los efectos de las múltiples mediaciones de la recepción.-

2.1.2 Estudios sobre Recepción Radiofónica

Existen diferentes modos de entender la interlocución radiofónica con respecto al oyente, la recepción por ejemplo es la interpretación de lo que se oye y el modo cómo se procesa socialmente. La recepción da a conocer los sentidos que construyen las audiencias a partir de nuestros mensajes y los usos que les dan en su vida cotidiana.-

La recepción merece estudios profundos y solo se pueden comprender con el tiempo. Recordemos que el oyente no es un ser pasivo, selecciona lo que quiere escuchar, conoce de radio y ya las tiene clasificadas, suele darse cuenta cuando hay novedades. A veces le hace caso a un locutor y le da la razón, en otras ocasiones lo juzga críticamente. Hay algunos oyentes que quieren a sus locutores, otros, los detestan porque hablan tonterías.-

El oyente relaciona lo que escucha con lo que él piensa, con lo que le gusta lo compara, o quizá se siente confrontado y se distancia. Es decir, desde su lugar de oyente produce radio también dentro de sí mismo y le sirve para relacionarse con lo demás.-

La recepción radial se caracteriza por su falta de continuidad en el tiempo. La recepción, “es variable respecto a la frecuencia de audición, durante una semana no siempre se escuchan los mismos programas todos los días, por más preferidos que éstos sean” y es fragmentada porque “los programas no son escuchados en su totalidad, son alternados con otros programas u otros quehaceres laborales o domésticos; de otro lado, los oyentes fragmentan las ofertas radiales seleccionando aquello que es de su interés”³.-

Es importante para los productores radiofónicos estar frente a hábitos y estilos de escuchar conformados. El oyente totalmente cautivo es inexistente, ello obligan a trabajar mejor, a flexibilizar los discursos radiales, no podemos esperar todo de los mensajes. Lo que importa es construir relaciones comunicativas con la gente. Estas relaciones son las que van a permitir que la gente piense o procese lo que el interlocutor propone.-

El estudio de la audiencia y de la recepción se inscribe en el paradigma de las mediaciones propuesto por Martín Barbero y desarrollado metodológicamente por Guillermo Orozco quien incorpora también otras propuestas teóricas como los estudios culturales y la teoría de la estructuración social.-

Esta investigación se sitúa dentro del campo del análisis de la recepción y está orientada a explorar los procesos y condiciones de la producción social del significado; se distancia de la noción de “efectos” que reduce la comprensión de la comunicación a la indagación de la influencia inmediata y de corto plazo en el receptor, sin asumir la producción de sentido, y sin avizorar la influencia en procesos de mediano y largo plazo.-

³ MATA, María Cristina – “Los Debates de Audiencia” – Editorial ALER, Quito Junio 1996.-

2.2. ESTUDIOS CUALITATIVOS

Los estudios cualitativos son los que permiten entender los fenómenos sociales desde la propia perspectiva del actor, es decir, permiten analizar cómo experimentan lo real las personas, comprender los motivos e ideas que están detrás de las acciones de la gente.-

Los estudios cualitativos que podemos realizar en torno a la audiencia son diversos y obedecen a distintas finalidades:

En algunos casos se quiere comprender el papel que cumple la radio en general en la vida de las personas y de qué manera se vinculan con ese medio sectores específicos de la población: por ejemplo la relación diferenciada que entablan con las emisoras, las mujeres, los jóvenes, los campesinos, etc.-

En otros casos se trata de conocer lo mismo pero en relación con una emisora en particular.-

En otros puede querer comprenderse qué sentido adquieren diferentes tipos de programas – informativos, educativos, religiosos, etc – para sectores específicos o para toda una población.-

También es posible realizar estudios para establecer el grado de utilidad que los oyentes confieren a la radio para su vida material y simbólica, las expectativas que tienen frente al medio, las demandas que le formulan.-

También pueden estudiarse los significados que los oyentes atribuyen a lo que escuchan, las ideas u opiniones que elaboran a partir de lo que escuchan en una o diferentes emisoras.-

Estos son los estudios cualitativos mas habituales para lograr un conocimiento profundo de las personas en tanto oyentes de radio. Pero no son los únicos que pueden desarrollarse con este fin.-

Se es oyente a partir de diferentes cotidianidades, de diferentes experiencias sociales, de diferentes historias. Por ello, es importante destacar aquellos estudios destinados a reconstruir la experiencia de vida de distintos grupos humanos. La vida de las obreras de una gran ciudad, la de los campesinos pobres de una región, la de los niños de la calle, la de los estudiantes de colegios secundarios, pueden muy bien ser objeto de estudio si nos interesan como público preferencial de una emisora o de un programa.-

Las necesidades de conocimiento de cada emisora, las preguntas que se quieren responder, son las que finalmente determinan el estudio a desarrollar. Pero en cualquier caso lo que distingue a los estudios cualitativos es su objetivo substancial de reconstruir la experiencia de los sujetos involucrados en él.-

En el campo de los estudios de comunicación , en el caso de la radiodifusión, se emplean con frecuencia estrategias metodológicas destinadas a lograr la producción de discursos acerca de la radio por parte de diferentes tipos de sujetos. La encuesta se utiliza también para analizar las experiencias de quienes trabajan en las emisoras.-

Uno de los grandes desafíos de la investigación cualitativa es educarnos en el arte de estudiar, se trata de “crear constantemente nuevos métodos y enfoques”, como lo decían las palabras sabias de Wright Mills “*Sea un buen artesano: evite un conjunto rígido de procedimientos. Por sobre todo, trate de desarrollar la imaginación sociológica. Eluda el fetichismo del método y la técnica. Impulse la*

rehabilitación de una artesanía intelectual no presuntuosa y trate de convertirse en artesano usted mismo. Que cada hombre sea su propio metodólogo...”

Esto no significa hacer cualquier cosa; no significa que los estudios cualitativos sean informales e improvisados y que quienes los realizan no estén interesados en la precisión de los datos y el rigor de las conclusiones. Por el contrario, son estudios sistemáticos, conducidos con procedimientos rigurosos pero en los cuales debemos aceptar la particularidad de los objetos que queremos conocer y encontrar, para ellos, las mejores técnicas y estrategias de conocimiento.-

2.2.1 Procesos de Recepción

Se han considerado básicamente como Procesos de Recepción:

Un fenómeno continuo, complejo y contradictorio que sobrepasa el acto de escuchar radio.-

Un factor interactivo y de negociación entre emisor y receptor.-

Un proceso multimediado por innumerables agentes y situaciones.-

Un factor de producción de sentido por parte de los receptores a partir de sus propio referentes.-

En América Latina, las principales corrientes que abordan la comunicación desde el polo del receptor – ahí donde se hace efectiva la práctica comunicacional en relación con las prácticas sociales son:

- a) El Consumo Cultural. Desarrollada por Néstor García Canclini, quien propone una teoría sociocultural del consumo, integrando teorías económicas, psicoanalíticas, antropológicas, sociológicas y comunicacionales.-

- b) Los Frentes Culturales: Corriente liderada por Jorge González, investigador ligado al Programa Cultura de la Universidad de Colima, México. Su propuesta consiste en demostrar que existe una disputa por la validación simbólica en la que cada grupo sociocultural participa para hacer valer su identidad cultural.-

- c) La Recepción Activa: Esta propuesta estudia la influencia cultural de la radio a través de la exploración de las relaciones concretas de producción de significado entre los diferentes segmentos sociales y el mensaje radial; ha sido propagada por el (CENECA).-

- d) El Uso Social de los Medios: Propuesta por Martín Barbero. Analiza las articulaciones que se establecen entre las prácticas de comunicación y los movimientos sociales, considerando las mediaciones del contexto cultural de los receptores.-

- e) El Modelo de las Multimediaciones: Concebido por Guillermo Orozco y desarrollado en el Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales (PROIICOM). Su objetivo es averiguar cómo se realiza la interacción entre la audiencia y la radio, tomando en cuenta el conjunto de mediaciones que se enlazan en lo cotidiano y en las prácticas sociales.-

Esta última teoría cumple el objetivo propuesto en esta investigación y se acerca mucho más al estudio de este proyecto, propone un conjunto de categorías analíticas para intentar captar los elementos que miden el proceso de recepción.

Las principales mediaciones apuntadas a partir de los estudios de investigación son: individuales, situacionales e institucionales, de las cuales se hará referencia a continuación:

De un modo bastante sintético, puede identificarse a las mediaciones individuales en dos hábitos interdependientes: el cognoscitivo que abarca también las referencias morales y emocionales, y el estructural que es definido por la edad, el sexo, la etnia, la situación socioeconómica, etc.-

Las mediaciones situacionales se refieren a la manera en que el receptor está al frente de la radio: en el espacio social o íntimo de casa, solo o acompañado, en silencio o platicando con otros receptores, concentrado o haciendo alguna actividad paralela, etc.-

Finalmente las mediaciones institucionales son los sistemas o las organizaciones a las que pertenece el receptor, como la escuela, la empresa, la iglesia, el partido político, la familia y otras. Incluso los medios de información, ya que pueden funcionar como escenarios en donde se configura la apropiación y reapropiación del mensaje radial.

De esta manera, las mediaciones se combinan de forma diferenciada en cada situación, dependiendo de la relevancia que cada una pueda adquirir según las prácticas de recepción de los sujetos analizados. Esta investigación pretende detectar la trama establecida en este conjunto de elementos (individuales,

situacionales, institucionales), que también dependen del problema de investigación propuesto para trabajar.-

2.2.2 Estudios en Latinoamérica

Los estudios de recepción en América Latina son muy recientes. Emergen a principios de los ochenta dentro de un fuerte movimiento teórico crítico que intentaba realizar una reflexión alternativa de los análisis funcionalistas, semióticos y frankfurtianos predominantes hasta entonces.-

Es sobre todo dentro de la temática de las culturas populares que una teoría compleja y multifacética de la recepción empieza a ser desarrollada, teniendo como ejes básicos de reflexión el desplazamiento de los medios a las mediaciones (Martín Barbero) y los procesos de hibridación cultural (García Canclini).-

Los procesos de recepción deben ser vistos como parte integrante de las prácticas culturales que articulan procesos tanto subjetivos como objetivos, tanto micro (ambiente inmediato controlado por el sujeto), como macro (estructura social que escapa a ese control). La recepción es, por lo tanto, un contexto complejo y contradictorio , multidimensional, en el que las personas viven su cotidianidad.-

Al mismo tiempo que viven esa cotidianidad, los individuos se inscriben en relaciones de poder estructuradas e históricas, las cuales extrapolan sus prácticas. Este debería ser el conjunto de presupuestos teóricos que den forma a una teoría comprensiva de los estudios de recepción.-

2.2.3 Recepción y Efectos de Participación

Desde su origen, los medios suscitaron grandes esperanzas y recelos desmesurados, por lo que no es sorprendente que los estudios sobre efectos dieran la primera forma a las investigaciones sobre comunicación. Es así que en las décadas de los treinta y cuarenta, se estudia el poder de los comerciales sobre el comportamiento en el nivel del consumo, así como el poder de las campañas de los partidos políticos sobre el comportamiento electoral.-

La audiencia es vista como un conjunto de personas en contacto con un mensaje. En el enfoque de efectos se enfatiza en el estudio de los niveles de duración de exposición al medio, en las probabilidades de recepción y en las condiciones de contacto, captados por instrumentos de medición tomados de la psicología experimental y social, junto con los proyectos experimentales, se exige el control de los instrumentos de medición: encuestas por cuestionario, observación directa, cuya aplicación varía conforme a los intereses de la prensa, radio, carteles, cine o televisión.-

Algunos aspectos cualitativos se toman a veces en cuenta a través de estudios mas refinados sobre percepción, memorización e impacto de los mensajes. Así mismo, conciliando una visión cualitativa de la recepción con la acción de los medios, los trabajos sobre audiencia todavía se apoyan en la hipótesis de un individuo concebido como un “receptor puro”, expuesto a la irradiación de los medios, en donde el efecto deberá ser cada vez mas dominado por los creativos, programadores y operadores.-

En los años sesenta, esos estudios pasaron a centrarse en las intenciones del usuario (Halloran, Blumer), introduciendo la idea de una actividad de selección y de involucramiento del receptor. De manera general, esta corriente de

investigación se apoya en metodologías descriptivas, en la organización de materiales de acuerdo con la operacionalización de variables centrales, con la finalidad de realizar correlaciones explicativas entre los datos.-

En la actualidad se están presentando frecuentes confluencias de esta corriente con la anterior, en un tipo de investigación denominada de “usos y efectos”.-

El polo de la reflexión es progresivamente trasladado de los propios medios hacia lo grupos sociales que están integrados en prácticas y culturas mas amplias; y a través del trabajo semiológico desentrañando las articulaciones del texto y los juegos discursivos de los medios, los investigadores son conducidos a tomar en cuenta la existencia de verdaderas estrategias en la organización de un recorrido significativo.-

La descripción detallada de ese recorrido da al análisis de la recepción el carácter de una etnografía de las audiencias.-

Se puede considerar que el abordaje cultural proporciona un cuadro integrador para las investigaciones sobre recepción, con particular influencia en América Latina.-

Finalmente el resultado del conocimiento a profundidad de los fenómenos sociales, aporta a esta investigación, el análisis de cómo el oyente experimenta lo real, comprende los motivos e ideas que están detrás de sus acciones y le permite conocer sus deseos y demandas frente a la radio.-

De ahí se logra comprender lo que significa el medio radial para la audiencia y su importancia. El deseo primordial no es hacer radio apresuradamente sino guiados por los ideales de nuestros oyentes, trabajar con las mejores intenciones

sobre los proyectos o normas que fije el mercado y poner en práctica las propuestas teóricas, los estudios culturales y las teorías de estructuración social para explorar las relaciones comunicativas deseadas.-

2.2.4 Participación Radiofónica

La participación de los oyentes en la emisora comunitaria es el objeto principal de esta investigación, para tal efecto, es importante precisar el tipo y nivel de conocimientos que tiene la audiencia o un sector de ella acerca de algún tema sobre el cual deseamos diseñar una campaña informativa o educativa, para que así se presente la participación que deseamos de ellos. En este caso el debate que realicemos debe recoger el mayor detalle posible y la información que la población maneja sobre los temas que nos interesa tratar.-

Para que exista una buena participación es importante crear programas con los temas preferidos por la audiencia, para que sean discutidos o no por los participantes y de esta manera se analice qué se debe cambiar, mejorar o profundizar en el campo de la programación participativa.-

Se debe contar además, con las cotidianidades, historias y experiencias sociales diferentes, por las cuales son guiados los oyentes durante su diario vivir, por ejemplo:

- Conocer a diario las vivencias de la población femenina obrera, madres cabeza de familia o simplemente mujeres trabajadoras buscando su sustento diario.-
- Vivencias de los campesinos pobres de la Región el Guavio.-
- Niños que por multitudinarias situaciones viven en la calle.-

- Estudiantes el nivel de Básica Secundaria que atraviesan el estilo de vida común de la adolescencia.-

Estas y muchas otras razones hacen importante conocer a la comunidad de la región, cómo viven, qué necesitan, por qué situaciones pasan a menudo, cuáles son sus principales obstáculos y mediante la participación comunitaria en el medio radial cada día se hace necesario el contacto permanente con la población del municipio de Ubalá.-

CAPITULO III

3 CONCEPTO GENERAL SOBRE RADIO

La radio comienza a funcionar como hobby en el año de 1923 y aparecen las primeras estaciones radiales en el año de 1929 con la Radio Nacional. El surgimiento de la radio, se inició con las mínimas condiciones tecnológicas en transmisores y receptores que en ese tiempo se distribuían a nivel nacional únicamente.-

Como se mencionó anteriormente, la evolución de la radio apareció en el año de 1929, se prolongó hasta el año de 1934 y se denominó etapa de despegue; tuvo mucho que ver con la experimentación tecnológica en la búsqueda de diseños de aparatos y el mejoramiento de las señales.-

El crecimiento de las comunicaciones radiales, sirvió como proceso de integración nacional que permitía a regiones aisladas y abandonadas a utilizar la radio como punto de apoyo de los partidos políticos tradicionales.-

En el año de 1934 y hasta el año de 1940, se denominó “Consolidación Comercial”, se caracterizó por la consolidación de nuevas condiciones socio-económicas y de infraestructura en el país. A partir de 1940 y hasta finales de 1950, la radio pasó por un importante periodo el que se definió como “Politización y búsqueda de Audiencia”, en este momento, la radio se interesó por capturar mayor audiencia con programas amenos, variados y originales que llamaran la atención de los oyentes y dieran pie para escuchar con frecuencia para ellos lo que sería la mejor radio.-

Dentro del periodo de 1954, bajo el decreto No. 3418, se reglamenta el uso de la radio, hasta el año de 1976 cuando aparece el Estatuto de Radiodifusión, luego en el año de 1992 aparece el decreto No. 0284 que buscó actualizar la legislación a esta época.

En la década de los años 60', el auge de la radio se denominó "Monopolio", por que se empezó a fomentar el rock, la juventud libre, los nuevos oyentes y las distintas formas de programación. En la década de los años 70', se empezaron a instalar las estaciones monitoras donde se controlaba la programación por parte del Estado. En los años 80' y en adelante, se empieza a liderar la radiodifusión en América Latina, de ahí primó la radio informativa, la velocidad de la noticia, el teléfono como instrumento fundamental y por último el computador portátil y para los periodistas, el teléfono celular. En el año de 1991, llega la era satelital con los servicios de INTELSAT y Panamsat.-

La radio es un sistema de información a distancia, especialmente sonora, destinada a toda clase de público, nació para difundir la voz, la música y los sonidos en el menor tiempo posible, aprovechando las ondas eléctricas que están en el aire y que viajan libres por todas partes.-

La radio cumple un papel importante como agente vital de creación y ensanchamiento del mercado internacional y de los productos elaborados por la industria nacional, lo anterior, tiene que ver con los aspectos sociales y económicos de la época. En Colombia se crea como una necesidad de fortalecer una industria incipiente y para optimizar los mecanismos de interlocución entre espacios cada vez más lejanos, por lo tanto, nace sobre el poder económico y político con el objeto de fortalecer y cuidar los intereses que han permitido su creación, por eso la mayoría de las emisoras son comerciales y la publicidad es su garantía de existencia.-

Gracias al desarrollo tecnológico y los avances en la electrónica, se ha logrado que cada día las señales sonoras sean más nítidas y de mayor calidad.- Con la radio podemos crear ambientes adecuados y generar emociones de igual manera, sirve para recrear al oyente.-

Al mencionar la radio, afirmamos que es un medio donde se promueve la participación de los ciudadanos y define sus intereses cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta.-

La responsabilidad que asume es una alternativa donde se informa verazmente y se ayuda a responder a los mil y un problemas de la vida cotidiana, cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones, cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil, cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario, cuando no se tolera ninguna dictadura ni siquiera la música impuesta por las disqueras, cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones y sin censuras, esto es LA RADIO.-

3.1 RADIOS COMUNITARIAS EN COLOMBIA

3.1.1 Concepto:

La radio comunitaria en el mundo ha crecido, desde un puñado de estaciones en los años 70' hasta miles en la actualidad. Este crecimiento ha sido impulsado por cambios en las regulaciones nacionales de radio difusión, combinados con la demanda de la comunidad por acceder a la radio y la disponibilidad más económica de la tecnología de transmisión FM.-

Conocida también como radio libre, radio asociativa o radio local, las estaciones de radio comunitaria comparten ciertos compromisos y características que las distinguen de los sectores de radiodifusión pública comercial:

Se trata de asociaciones independientes , sin ánimo de lucro.-

Son voceras de comunidades geográficas o con intereses específicos.

Están dedicadas al pluralismo y la diversidad.

Comprometen activamente a individuos y grupos sociales y culturales en la práctica de la comunicación “Radio por la gente y para la gente”.-

Las emisoras comunitarias no pueden pertenecer a ninguna cadena, pero sí pueden asociarse a conformar redes con otras emisoras de la región, del Departamento o del País; para beneficiarse de diferentes acciones económicas, políticas, sociales, comunicativas, culturales, etc. Esto permite a una emisora el alcance municipal, acceder a beneficios que solo se dan a mayor escala, es decir, accediendo a esos otros niveles regionales y nacionales e incluso internacionales.-

La radio comunitaria es una instancia de participación de la comunidad en los procesos socio-económicos y culturales locales. La emisora comunitaria debe ser un lugar de encuentro y diálogo de los diferentes sectores que la conforman.-

Su creación estimula el acceso a una voz Pública; la emisora comunitaria brinda la oportunidad de expresar en forma amplia los múltiples intereses, inquietudes, necesidades y realizaciones de los distintos sectores, grupos e individuos que conforman la comunidad.- La Construcción de lo Público: Mediante la emisora comunitaria, diferentes sectores de la comunidad pueden discutir, reflexionar y

manifestar sus inquietudes con respecto a los asuntos de interés colectivo. Es un espacio ideal para debatir el tipo de propuestas sociales, políticas y culturales que se proponen en la localidad y para elaborar proyectos colectivos.-

La Promoción de la Educación: En la medida en que la programación de estas emisoras está orientada a difundir programas de interés social, para los diferentes sectores de la comunidad, que “propicien su desarrollo socio-económico y cultural”, son medios de educación no formal, pues así fortalecen procesos educativos amplios, e involucrar en ellos a toda la comunidad.-

La radio comunitaria es una herramienta de recreación, es una alternativa realista a la de los medios comerciales al satisfacer, en su programación, demandas e intereses específicos de la comunidad. Más aún, al ser la emisora comunitaria una entidad con un propósito de estímulo a la actividad y creación cultural, debe explorar manifestaciones, no necesariamente comerciales, que amplíen la gama de posibilidades de recreación a través de la radio.-

En cuanto a número de estaciones, la radio comunitaria es el segundo sector de la radiodifusión en Colombia; el primer lugar lo ocupa la radio comercial y en tercer lugar, está la radio de interés público, esta última esta a cargo de entidades gubernamentales.

Las emisoras comunitarias proveen a los oyentes de una variedad de programas que no se reciben de las estaciones públicas o comerciales. Con una amplia mezcla de palabra y música , reflejan en el ámbito local las vidas cotidianas de las personas a las cuales sirven, para atraerlas a un diálogo sobre los asuntos que más les interesan. En general, cubren asuntos sobre el medio ambiente, empleo, educación, las artes y las actividades de un amplio rango de organizaciones

comprometidas en la vida de la comunidad. A través de la emisora, las autoridades hablan con el público, no hacia el público.

Las minorías, en particular, tienen acceso a las ondas radiales. En Europa, las emisoras comunitarias sirven con noticias, información y música que no se recibe en otra parte, a las comunidades de inmigrantes y, cada vez más, a los refugiados y personas desplazadas. Los representantes de las minorías lingüísticas tienen sus propios programas, así como la comunidad homosexual.-

La radio comunitaria funciona como instancia de participación dentro de la comunidad, hace parte de los procesos socio-económicos y culturales locales y es un lugar de encuentro y diálogo de los diferentes sectores que la conforman, satisface las necesidades de información y entretenimiento de la gente que vive en el área de influencia del servicio y provee una alternativa a la radiodifusión tradicional y una voz para aquellos que no tienen representación o están excluidos.-

Uno de los objetivos sociales de la emisora comunitaria debe ser solo viable, es decir, posible de realizar, debe ser también sostenible, debe además de existir, prosperar en el tiempo como proyecto comunicativo en la comunidad; la emisora debe volverse un espacio dinámico que contribuya a la construcción ciudadana del público y estimule la participación y presencia de la comunidad en estos escenarios, para ello se debe convocar y comprometer a sectores de la localidad en su proyecto comunicativo.-

Se puede citar que el crear trabajos dentro de empresas de la comunidad permite que cada día sean mucho más autosuficientes y exitosas, logra organizar un foro accesible para el debate y la opinión local, es así como se abre una salida para la expresión creativa por parte de músicos y artistas locales.-

Gracias a éstos mecanismos, la radio pone a prueba las percepciones de los oyentes, experimentar límites de posibilidad en la radiodifusión como base de capacitación radial para que personas desempleadas puedan ganar habilidades, experiencia y confianza.

Finalmente, todo estos propósitos crean sentimientos de colaboración dentro de la comunidad de la localidad e incluye a todas las personas y a todas las culturas.-

3.2 CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO COMUNITARIA

Las características de la radio comunitaria se han venido construyendo a través de las experiencias que se han podido socializar y por supuesto de los aportes de líderes – comunicadores populares e investigadores que han dedicado su proyecto de vida a caminar hacia la construcción de una radio mas cercana a su público, mas cercana a los problemas y posibles soluciones de los que la escuchan y usan de ella y para hacer ese uso más eficaz en la generación de cambios de actitud hacia la vida de cada uno de nosotros y de nuestra relación con los demás.

La radio comunitaria debe permitir, por lo tanto, una comunicación diferente, democrática y participativa durante todo el proceso. Su esencia no sólo está en la forma de transmitir, sino fundamentalmente, en las posibilidades de aportar contenidos, mensajes para la construcción de una nueva sociedad.

Nuestros actos comunicativos son a la larga actos pedagógicos porque siempre buscamos la mejor forma de expresarnos para que nuestro interlocutor nos entienda y convencerlo de nuestro argumento. Así mismo la radio asume una labor pedagógica en la que su objetivo primordial es ayudar a construir opinión activa frente a los diferentes hechos y sucesos que pasan en nuestro medio frente

a los diferentes proyectos que se generan al interior de las comunidades, difundiéndolos e informando a la gente de la mejor manera posible.-

José Ignacio López Vigil propone que la radio, además de plantear un proceso de comunicación horizontal, debe asumir un “modelo circular ascendente”, colectivo, a través de los cuales, los distintos sectores sociales, las distintas comunidades y organizaciones se intercomunican, asumiendo, alternativamente, la función emisor – receptor. Este modelo circular, puesto en movimiento se asemeja a un espiral que asciende y la participación de uno va generando las de otros, las ideas se colectivizan a través del medio, chocan y provocan contradicciones y de éstas surgen nuevas síntesis.-

Visto desde este punto de vista la radio comunitaria, debe fomentar la concertación y las relaciones democráticas entre el poder estatal, instituciones y comunidad. Fomentará a su vez, los valores de la diferencia, la tolerancia, el respeto, la pluralidad. Facilitará el diálogo, la participación y la cooperación, de modo que los seres humanos aprendamos a convivir, a articular problemas, debilidades, errores comunes y a resolverlos juntos. Estimulará el desarrollo de la inteligencia, la creatividad, las utopías, los sueños, la racionalidad de la conciencia, de modo que cada ser tenga la posibilidad de pensar, tomar decisiones y tener una actitud crítica, responsable y constructiva frente a la vida.-

En consecuencia su programación deberá plantear temas interesantes, calientes, polémicos, lúdicos, sensuales, útiles, sentimentales, ágiles, fantásticos, que permitan las ilusiones, las esperanzas, y la posibilidad de atraer los intereses de nuestros oyentes, de nuestros interlocutores, de nuestro contexto, de nuestra vida cotidiana, de nuestra forma de ser y de nuestra cultura.-

3.2.1 Funciones de la Radio

El servicio comunitario de radiodifusión sonora, es un servicio público, sin ánimo de lucro, considerado como una actividad de telecomunicaciones a cargo del Estado, quien lo prestará en gestión indirecta y a través de comunidades organizadas debidamente constituidas en Colombia.-

De ningún modo la radio comunitaria es un fenómeno nuevo, ha existido por muchos años en otras partes del mundo, especialmente en Canadá, Estados Unidos y Australia, donde les ha permitido a las comunidades tener su propio medio de expresión . En América Latina ha sido una voz notable para los que no tienen voz. En África, en los sectores rural y urbano, es una parte importante del proceso de desarrollo. La radio comunitaria en Europa provee un equilibrio local vital frente a la creciente concentración en la propiedad de los medios.-

Los miembros de AMARC - Europa (Asociación Mundial de Radios Comunitarias de Europa) han comenzado a trabajar en el diseño de una carta constitucional que confirma los principios que mantienen unidos a los radiodifusores comunitarios. Aunque se reconoce la diversidad de emisoras comunitarias en Europa, con diferentes culturas y tradiciones que conducen a variedad de modelos, esta carta se propone a identificar las metas comunes que las emisoras comunitarias deberían hacer lo posible por alcanzar.

1. Están establecidas como organizaciones sin ánimo de lucro.
2. Como medios de radiodifusión independiente, contribuyen al proceso democrático y a una sociedad pluralista.

3. Deben permanecer independientes de los poderes políticos o comerciales, en el ámbito local o nacional.
4. Garantizan que la administración interna de la emisora sea abierta y explicable para los patrocinadores y el personal empleado.
5. Están autorizadas para ser financiadas por una variedad de fuente: aportes, auspicios, colaboraciones, patrocinios y publicidad.
6. Están comprometidos con la promoción y protección de los derechos de las minorías, su diversidad lingüística y cultural, y con la defensa de servicios adecuados para ellas.
7. Promueven el talento creativo y las tradiciones locales.
8. Aseguran que la administración, la programación y los métodos laborales no incluyan actitudes y prácticas discriminatorias.
9. Reconocen el derecho de los trabajadores y proveen condiciones de trabajo satisfactorias tanto para el personal pago como para el voluntario.
10. Sirven y representan a comunidades geográficas o comunidades con intereses específicos.
11. Tienen un fuerte compromiso en proveer acceso a capacitación, y con la generación de espacios para la participación.
12. Estimulan la innovación en programación y una tecnología apropiada.

13. Estimulan y realzan el desarrollo y el entretenimiento de sus oyentes y facilitan una variedad de opiniones para enriquecer el flujo de información.

14. Buscan informar honestamente a través de programas noticiosos elaborados con una pluralidad de fuentes.

15. Garantizan el “Derecho a la Réplica” a cualquier persona u organización sometida a una seria tergiversación.

16. Diseñan su programación principalmente de fuentes locales, al tiempo que aseguran que los oyentes tengan una comprensión de asuntos más amplios.

17. Crean conciencia acerca de asuntos ambientales y de derechos humanos.

18. Promueven el intercambio de programas y personal entre emisoras.

19. Hacen lo posible por usar la comunicación para desarrollar una mayor comprensión y unidad entre las personas.

- Aspectos Generales

- La radio comunitaria tiene ventajas intrínsecas sobre otros servicios radiales.
- Logra sus objetivos sociales por medio del éxito como empresa.
- Los objetivos sociales tienen que ser claros.

- El éxito financiero depende de una buena administración y de sus características, como las que se citan a continuación:
 - Participativo
 - Interactivo
 - Local
 - Emponderamiento
 - Servicio público
 - Libertad de información

Los Factores Externos¹ son esenciales para el funcionamiento de la radio, entre ellos existen:

- Social: Edades, ingresos y estilos de vida de la población.
- Tecnológico: Complejidad, costos, variabilidad.
- Económico: Incertidumbre, competencia, recesión o prosperidad.
- Político: Legislación, regulación, impuestos, apoyo del gobierno local y central.

3.2.2 Creación de las Emisoras Comunitarias

La oportunidad de establecer un servicio de radio comunitaria está estrechamente subordinada a la estructura legal y la disponibilidad de frecuencias. Aunque en algunos países, las emisoras comunitarias han comenzado operación sin licencia, en la mayoría de los casos este es un camino arriesgado y difícil que no garantiza a largo plazo el sostenimiento de la emisora.

¹ La primera letra de cada uno de los factores externos conforma la palabra inglesa sep, que significa: paso, peldaño, escalafón, grado, gestión.

Al iniciar un proyecto de radio comunitaria, es esencial familiarizarse con la estructura legal para evaluar las oportunidades de obtener una licencia².

La mayoría de los proyectos de radio comunitaria cobra vida cuando un grupo de personas se reúne para evaluar el interés de la comunidad y atraer experiencia adicional. El apoyo público es la esencia del éxito en un proyecto de radio comunitaria, y al comienzo se debe preparar buen material promocional y de publicidad para distribución local por medio de almacenes, bibliotecas, centros de información y medios locales. La gente debe saber quienes son los integrantes de la emisora, qué están tratando de hacer y cómo pueden entrar en contacto a participa.

El Ministerio de Comunicaciones orientará su labor hacia el logro de una visión de emisoras comunitarias que operan en todos los municipios de Colombia, a cargo de organizaciones sociales fuertes, con absoluta vocación de servicio a la comunidad, sin ánimo de lucro pero sólidas desde el punto de vista financiero, y con un nivel de funcionamiento acorde con la tecnología que exige el sector de las comunicaciones.

En el curso de las reuniones iniciales, la organización debe comenzar a definir sus propias ideas, objetivos y metas, así como las estrategias para alcanzarlos. Uno de los primeros pasos en este proceso es acordar la declaración de una misión. También se debe considerar el estatuto legal de la organización, preparar un plan de negocios, reclutar miembros y voluntarios, obtener capacitación en radiodifusión y, por supuesto, fondos de financiación.

² El Ministerio de Comunicaciones es la entidad encargada de administrar el espectro radioeléctrico y de otorgar licencias de concesión, mediante un proceso de convocatoria pública y selección objetiva, establecidos en el Decreto 1447 de 1995.

La misión de una organización es una declaración de su propósito principal. Es una herramienta importante para crear una visión compartida de todo lo que es la organización. Es importante clarificar desde el comienzo quiénes son los grupos de apoyo del proyecto radial y los que ellos desean. Los grupos de apoyo son aquellos que tienen un interés en el proyecto y en su éxito. Pueden incluir a los miembros, oyentes, la comunidad, fundadores, negocios locales, personal y voluntarios.-

Generalmente presentan una fila de diferentes necesidades y objetivos; es importante balancear estos intereses para el máximo beneficio del proyecto.

- ▶ Los grupos de apoyo tienen un interés (cultural, financiero u otro).
- ▶ La mayoría de las organizaciones tienen múltiples grupos de apoyo.
- ▶ Los intereses y objetivos de los grupos de apoyo podrían ser diferentes.
- ▶ Los grupos de apoyo de una emisora comunitaria son:
 - Oyentes.
 - Anunciantes y otros cliente.
 - Patrocinadores.
 - Miembros.
 - La comunidad.
 - Voluntarios.
 - Personal de la emisora.

La radio comunitaria en Colombia es un sector nuevo de la radiodifusión. Muchos municipio del país instalaron por primera vez su emisora y en otras áreas se amplió la oferta radial existente. Este servicio también ha servido para promover la divulgación de noticias y de información propia de cada comunidad.

La mayoría de estas emisoras se ubica en municipio con menos de 50 mil habitantes, y algunas de ellas funcionan en el sector rural.

Cada organización necesita una misión claramente expresada que sea acordada y comprensible por todos sus grupos de apoyo. En el caso de una emisora comunitaria, esto significa oyentes, anunciantes, patrocinadores, la comunidad misma, los voluntarios y empleados. La misión debería resumir los objetivos y valores de la emisora. Los objetivos definidos son esenciales para el éxito de la emisora por que actúan como puntos de referencia para los gerentes, personal y voluntarios a medida que ellos manejan la organización de un ambiente complejo y rápidamente cambiante.

Los procedimientos mediante los cuales se establecen los objetivos podrían excluir importantes grupos de apoyo. Con frecuencia los objetivos son formulados por un pequeño grupo de individuos, así los sentimientos de la comunidad de una propiedad real y compromiso con la emisora realmente se pierden. Por esta razón, es importante ofrecer a todos los grupos de apoyo oportunidades para decir “lo que yo pienso es...”, es un escenario en el cual ellos se sientan cómodos.

3.2.3 Planeación Estratégica en la Creación de las Emisoras Comunitarias

Planeación estratégica es el proceso que lleva a decir en dónde se desea estar en el futuro y qué hacer para llegar allá; se trata de identificar el mejor futuro para la estación de radio comunitaria , y la mejor ruta desde donde se está ahora hasta donde se desea estar luego. Tal planeación significa hacer selecciones fundamentales y, algunas veces difíciles, acerca del futuro de la organización, las cuales incluyen:

1. Misión y objetivos de la emisora comunitaria.
2. Productos y servicios que ofrecerán para cumplir estos objetivos.
3. Estrategias para atraer los recursos que serán necesarios: personal, dinero, habilidades y equipo.

La planeación estratégica no es sólo lo que se hace al inicio del proyecto. La administración estratégica es un proceso continuo de análisis de la posición actual y dedicarse a las estrategias apropiadas con el fin de alcanzar los objetivos definidos. Las cosas cambian, algunas veces de manera imprevista, tanto dentro de la emisora comunitaria como en el medio ambiente en el cual opera. A medida que la emisora se dedica a las estrategias, es necesario establecer acuerdos sobre lo que necesitará para evaluar sus éxitos hacia los objetivos definidos. Las estrategias necesitan ser ajustadas para mejorar su efectividad, en la medida en que cambian las circunstancias y los objetivos necesitan ajustarse hacia el futuro. En todo momento, la administración estratégica requiere mantener una clara visión del horizonte de la planeación. Esta provee la estructura dentro de la cual son establecidos los objetivos a corto plazo (recolección de fondos, ventas de publicidad o cifras de audiencia) y las campañas de promoción o los planes de programación.

La planeación estratégica significa desarrollar una visión para el futuro de la emisora comunitaria. La tarea de la emisora comunitaria en planeación estratégica será: Visualizar el mejor futuro para la organización (en un periodo de 3 a 5 años), en términos de sus servicios, personal, finanzas y así

sucesivamente³. Determinar cómo se moverá la organización hacia el futuro que se ha visualizado.

La planeación estratégica significa delinear el curso que se considera correcto y luego ajustarlo mientras se gana más información y experiencia. Una clara visión del futuro le guiará para el manejo de los recursos escasos de tiempo y dinero en respuesta a las oportunidades y amenazas con las cuales se enfrenta.

La tareas de la planeación estratégica se pueden ver como el descubrimiento del mejor ajuste entre tres factores:

El propósito o misión que se propone alcanzar para la emisora comunitaria es:

1. Las oportunidades y amenazas que enfrenta la emisora en el ambiente. Lo que es posible en términos de mercado, la tecnología, el clima económico y legislativo y la estructura de regulación.
2. Las fortalezas y debilidades internas de la emisora. Lo que es posible en términos de sus recursos de talento, habilidad, equipo y dinero.
3. Las tareas de administración estratégica que enfrentan los gerentes de una emisora comunitaria en su fase inicial de planeación son diferentes de aquellas que tendrán que encarar cuando la emisora esté en funcionamiento.

3.2.4 Financiación

En la etapa de planeación, ellos estarán, en primer lugar, comprometidos en preparar un efectivo paquete financiero; necesitaran tratar con asuntos como:

³ En la tarea de planeación estratégica hay que considerar que en Colombia las licencias de concesión se otorgan para un periodo de 10 años prorrogables por el mismo lapso (Decreto 1447 de 1995).

La recolección de fondos⁴.

El diseño de una estructura para generación de los primeros ingresos comerciales, provenientes de la suscripción de miembros o la venta de publicidad u otros servicios.

La necesidad de contratar personal calificado, el periodo de selección y, por consiguiente, los cheques del primer salario.

Un mecanismo de selección y entrenamiento de voluntarios, con un nivel tan alto de competencia que la emisora sea capaz de atraer y satisfacer a los oyentes desde su primer día de radiodifusión.

Apropiadas estrategias de promoción para hacer el lanzamiento de la emisora, ya sea que el objetivo sea atraer una gran audiencia desde el comienzo, o construir una reputación más lentamente, “persona a persona”.

El formato de programación, quizá la decisión estratégica más importante de todas, puesto que determinará el perfil de la audiencia y con ello la habilidad de la emisora para atraer suscriptores, vender publicidad o ganar patrocinadores.

Una vez se ha creado la emisora y está en funcionamiento, sus gerentes tienen que asegurar que su desempeño es evaluado y deben revisar periódicamente el progreso con respecto al plan de operaciones originalmente diseñado.

⁴ Algunas emisoras comunitarias se han creado con el aporte en especie de sus asociados, y estos bienes se convierten en propiedad de la asociación como un todo y no de los miembros en forma individual. Cuando se constituye la organización social, la propiedad de los activos de una asociación no se puede fragmentar y éstos sólo pueden ser redistribuidos entre los miembros en el evento de una disolución.

La emisora comunitaria es una empresa social de comunicación que debe coordinar adecuadamente los recursos humanos, materiales tecnológicos y financieros para el logro de sus objetivos. Aunque algunas comunidades pueden proveer algunos de estos recursos (instalaciones, personal voluntario, etc.), la mayoría de éstos deben ser adquiridos de fuentes externas, para lo cual se requieren los recursos financieros.

Plan de Operaciones:

Internamente, la planeación de una emisora es útil en muchas maneras. Ésta provee una ruta para todas las personas comprometidas, ayuda a los directores a anticipar y reducir el peligro, es la base para tomar decisiones a corto plazo, define objetivos con respecto a los cuales el progreso puede ser medido y finalmente, es un punto de arranque para el desarrollo de nuevas estrategias.

Externamente, el mismo plan sirve al propósito de facilitar a los socios potenciales, fundadores y patrocinadores, un instrumento para juzgar el valor de la emisora y las probabilidades de éxito. Un buen plan es esencial antes de emprender una tarea compleja o difícil, ya sea que la emisora comunitaria esté lanzando una campaña promocional o escribiendo, grabando o difundiendo un espectáculo.

La organización necesita saber lo que está tratando de lograr y cómo lo alcanzará, así como pensar acerca de las consecuencias de las diversas acciones que el plan requiere. Es tan fácil dejarse absorber en el proceso de planificación en sí mismos y dedicarle demasiado tiempo, que usted pierde de vista la necesidad de llevar a cabo el plan. Pero un plan de negocios que nunca se lleva a cabo es inútil, aunque pueda ser perfecto en teoría.

Una emisora con buena estructuración es aquella que ha definido una planificación financiera que garantiza el flujo normal de ingresos, de manera que los miembros de la organización se pueden dedicar a desarrollar el trabajo social de la emisora, sin las preocupaciones que genera la estrechez económica.

Estructura Organizacional:

Es importante comprender la diferencia entre poseer una organización y dirigirla. Los miembros de la organización propietaria de la emisora comunitaria podrían desear administrarla directamente o delegar la responsabilidad para el desarrollo de las operaciones diarias⁵. Si ellos delegan la responsabilidad a un gerente, ella/él será responsable ante ellos para su funcionamiento.-

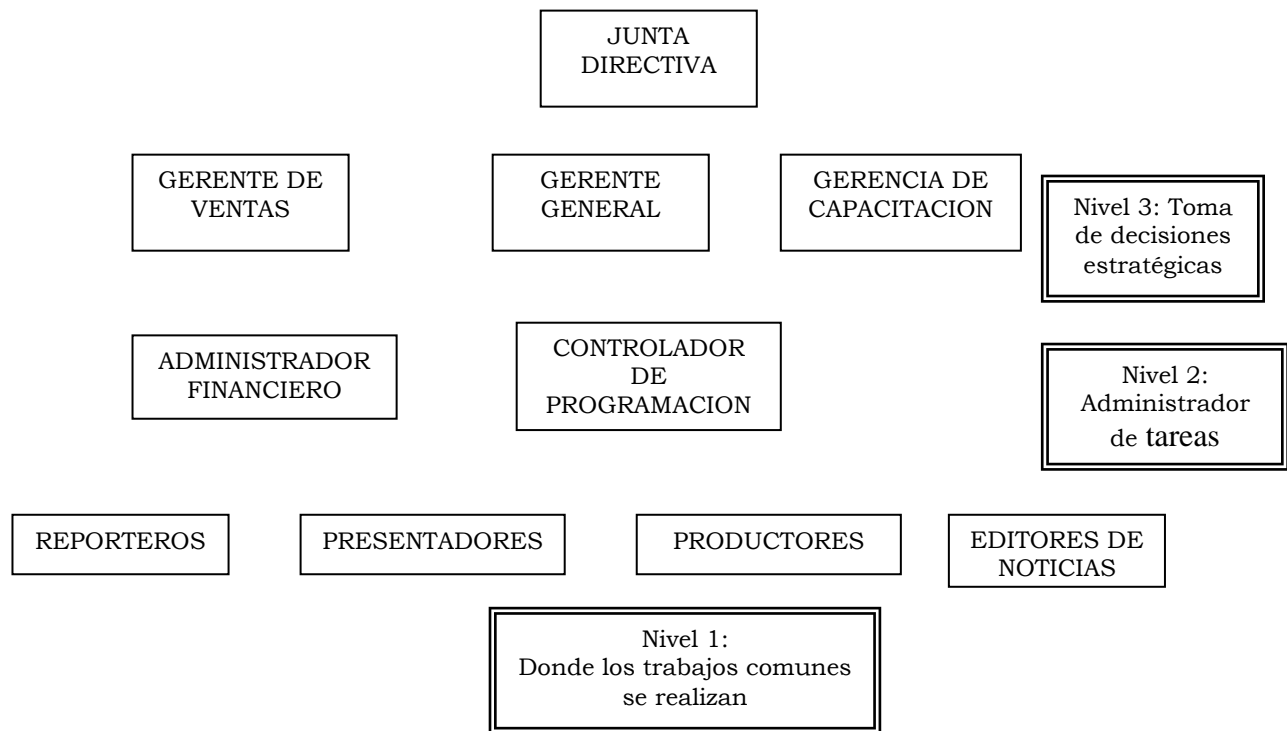
La organización establece los objetivos y estrategias a largo plazo de la emisora y las maneras mediante las cuales serán alcanzados; pero delega en quien asume las funciones de gerente la tarea de llevar a cabo las estrategias. Ella/él recibe la libertad para decidir como lograr mejor los objetivos establecidos por la organización, pero no es libre de rasgarlos y perseguir otros diferentes.-

La responsabilidad por la dirección y acciones de la emisora comunitaria depende de la organización concesionaria. Partes de esta responsabilidad podrían ser delegadas, primero a un concejo de dirección, luego a la gerencia de la emisora y posteriormente a los demás miembros del personal. Dondequiera que la responsabilidad sea delegada, tiene que haber autonomía sobre la manera como será desarrollada la delegación. Por supuesto, debe haber y también deberá existir una permanente consulta creativa y amistosa entre aquellos

⁵ Las organizaciones concesionarias de la licencia tienen autonomía para diseñar los mecanismos necesarios para la administración de la emisora; pero los derechos derivados de la concesión no se pueden ceder, vender, arrendar o transmitir, bajo ningún título, a terceros (Decreto 1447 de 1995).

comprometidos con el proyecto. Lograr una organización correcta previene la confusión e ineficiencia, porque suministra una estructura coherente para toda esa creatividad.-

A continuación se muestra el diagrama de la estructura organizacional...



Niveles de Decisión:

Nivel 1 – Donde los trabajos comunes se realizan.-

Nivel 2 – Administración de tareas

Nivel 3 – La Junta Directiva que toma las decisiones estratégicas.-

En una estructura democrática, cada uno tiene participación en el proceso de decisión a través de sus representantes en el nivel 3. Los gerentes de una emisora podrían hallarse trabajando en otros niveles, pero el mismo principio

aplica para todos: nadie debería exceder su responsabilidad más allá de un determinado nivel. En otras palabras, las estructuras democráticas no son incompatibles con un proceso de decisión disciplinado.-

En una buena emisora, las decisiones del día a día realmente son decisiones de minuto a minuto. Usted está observando la producción radial cada minuto, cada hora y es por eso que es importante delegar responsabilidades y autoridad en igual medida.- Las decisiones estratégicas o de política tienen que ser manejadas al más alto nivel, por gente que pueda asumir responsabilidad por sus acciones. Estas decisiones se discuten en los foros adecuados: la junta directiva y la asamblea general.-

Investigación de Audiencia:

Uno de los criterios que tienen en cuenta las autoridades para conceder la licencia a una emisora comunitaria, es la capacidad de la organización solicitante para demostrar el apoyo de la comunidad para sus propósitos. Esto se puede lograr parcialmente mediante la recolección de cartas de apoyo, especialmente mediante las principales instituciones y autoridades locales. Es recomendable, además, llevar a cabo alguna investigación cuantitativa del mercado para apoyar sus propósitos.-

La investigación de mercado dentro de una audiencia potencial es también una materia invaluable de juzgar si realmente existe demanda para la programación que se desea hacer y de dónde procede la audiencia. Por ejemplo: ¿ Qué escuchan en este momento?.-

Existen dos categorías principales de investigación de mercado: la investigación de escritorio y la investigación de campo. La investigación de escritorio implica

hacer uso de las fuentes de información existentes que son relevantes para su proyecto. La investigación de campo consiste en reunir nuevos datos sobre la base de un contacto directo con el público.-

Muchas emisoras comunitarias están llevando a cabo un importante trabajo social. Esto les ha permitido lograr una audiencia importante en sus regiones y gozan del reconocimiento de la ciudadanía y de las autoridades locales. Estas emisoras se han constituido en empresas locales de comunicación.

En los municipios donde existía un proceso adelantado de organización comunitaria alrededor de la comunicación, la emisora ha logrado vincular a la comunidad dentro de su programación y en la producción misma.

Programación

La programación es la respuesta a la Audiencia con calidad; entre las decisiones claves que hay que tomar en la planeación de su emisora comunitaria estarán aquellas relacionadas con el formato de programación. Sus decisiones determinarán el carácter de la emisora y la expectativa de que los oyentes la sintonicen⁶.

Una vez establecido el formato de programación, será difícil cambiarlo sin desagradar o alejar a los oyentes. Sin embargo, el formato podría cambiar gradualmente y se debería buscar constantemente las oportunidades de hacer mejoras al servicio que la emisora provee. Al hacer pequeños cambios en la programación se debe estar en la capacidad de mejorar el desempeño para

⁶ Considere las normas de programación que tiene el Ministerio de Comunicaciones para las emisoras comunitarias, la cual debe estar orientada a propiciar el desarrollo socioeconómico y cultural, el sano esparcimiento y los valores esenciales de la nacionalidad. Por otra parte, los programas informativos requieren licencia otorgada por el Ministerio de Comunicaciones.

satisfacer las necesidades de su audiencia, sin perder la identidad establecida para su emisora.-

Los Costos de la Radio Comunitaria:

Los costos y gastos para establecer y poner en operación una emisora se pueden dividir en: costos para adquisición de bienes de capital, costos previos de operación y gastos de operación. Los costos de capital se requieren al equipo, el estudio, la instalación del sistema de transmisión, los elementos de oficina y costos de construcción de acuerdo con las características de la emisora. Los costos previos de operación son aquellos en los cuales se incurre una vez se inicia la ejecución del proyecto de la emisora: reuniones, capacitación, consecución de fondos y la planeación general o preparación para salir al aire. Estos tienen que ser considerados como parte de los costos iniciales, puesto que es improbable que se generen ingresos importantes de sus actividades hasta que se ponga en operación la emisora⁷.-

Recursos Financieros en Función de lo Social:

Como el propósito de estas emisoras es obtener un beneficio social y no económico, la consecución de los recursos financieros no debe ser un fin en sí mismo, sino que debe ser un medio que garantice el funcionamiento normal de la emisora. Dentro de la empresa radial, el tema económico se debe tratar con naturalidad.- Es importante tener muy en cuenta que todos los gastos de la emisora deben corresponder a necesidades reales.

⁷ Para que existan los recursos financieros suficientes y en el momento oportuno, es necesario hacer una planificación financiera de la emisora. El éxito de una emisora depende, en buena medida, de la planificación financiera. Los recursos económicos no aparecen por generación espontánea y su consecución tampoco se puede dejar al azar o a la buena suerte.-

Los Ingresos de la Radio Comunitaria:

Existe una relación directa entre la función social de la emisora, su administración eficiente y el flujo de ingresos para su sostenimiento.

Generalmente, la emisora que tiene un compromiso social con la comunidad, que tiene credibilidad y que, además, es manejada con criterios administrativos de calidad y eficiencia, crea con mayor facilidad los mecanismos para el flujo de los recursos económicos necesarios para su operación.-

Los ingresos pueden ser divididos en comerciales, que se generan por la operación de la emisora, y los fondos para el desarrollo inicial, que es el dinero que ha sido suministrado para iniciar operaciones. Existe un amplio rango de fuentes potenciales de ingreso. De particular importancia para los servicios de radio comunitaria es que las fuentes de ingreso no comprometan su independencia o integridad editorial⁸.

3.3 REQUISITOS PARA LA SOLICITUD DE EMISORAS COMUNITARIAS

Las comunidades Organizadas interesadas en prestar el servicio de radio comunitaria, deberán presentar solicitud suscrita por su representante legal en la cual deberán indicar claramente:

El municipio o distrito para el cual se solicita el servicio de radio comunitaria, el cual debe coincidir con el domicilio de la organización social.-

⁸ Por otra parte, aunque estas emisoras no tienen por objetivo la acumulación de ganancias, en la estimación de los ingresos se debe considerar la necesidad de generar reservas para lograr el progreso de la emisora, adaptarse a los cambios tecnológicos y afrontar las contingencias.-

Nombre de la comunidad organizada, representante legal, dirección, teléfono, fax, ciudad y departamento.-

Personería jurídica otorgada por autoridad competente.-

Manifiestar por escrito que la comunidad organizada no está incurso en ninguna causal de inhabilidad, incompatibilidad o prohibición de orden constitucional o legal.-

Presentar los estatutos en donde conste de manera expresa dentro de su objetivo social, el desarrollo de la comunicación social como instrumento de desarrollo y participación comunitaria.-

Informar el nombre y número de miembros que integran la comunidad organizada, debidamente certificados por el representante legal de la misma.-

Certificación (es) de trabajo comunitario expedida (s) por las instituciones con las cuales han desarrollado proyectos sociales en su municipio.-

Si la comunidad actúa a través de apoderado, quien debe ser abogado, éste deberá acreditar su calidad de tal, mediante poder debidamente otorgado ante autoridad competente.-

Adjuntar declaración donde conste el compromiso de la comunidad organizada de cumplir con el correspondiente Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora.-

Anexar el plan de programación que tendría la emisora en el evento de que se adjudique la concesión del servicio.-

Indicar si se requiere frecuencia de enlace entre estudios y el sistema de transmisión.-

Señalar la ubicación y altura de la antena.-

Estos documentos se deben presentar en desarrollo de las convocatorias públicas que realiza el Ministerio de Comunicaciones, las cuales son anunciadas a través de los principales medios de comunicación del país.-

3.4. PROYECCIONES DE LAS EMISORAS COMUNITARIAS DIÓCESIS DE ZIPAQUIRÁ

La diócesis de Zipaquirá rige el funcionamiento de las emisoras comunitarias bajo unos principios y reglas que ya se encuentran establecidos y es difícil cambiar pero sí se pueden mejorar.-

Veamos a continuación algunos de estos principios:

3.5 PRINCIPIOS ORIENTADORES DEFINIDOS DE LA RADIO COMUNITARIA DIÓCESIS DE ZIPAQUIRA

Las radios comunitarias que funcionan bajo la supervisión de la diócesis son un instrumento valioso y eficaz para la construcción de verdaderas comunidades cristianas a través de la Nueva Evangelización. Con la participación de todas las fuerzas vivas de la comunidad católica se ha logrado en gran parte impulsar a la población hacia el campo religioso y comunitario.-

Deben influir decididamente en la orientación y construcción de cada comunidad, creando espacios de convivencia y participación, provocando una sana interrelación entre los distintos estamentos de la población y privilegiando el crecimiento espiritual, intelectual y material de las personas y de la comunidad.-

Deben brindar un espacio privilegiado a toda la comunidad para que pueda tanto expresar sus ideas positivas, sus inquietudes ciudadanas, sus aportes valiosos a la sociedad, como buscar y dar soluciones concretas a sus propias problemáticas.-

La radio comunitaria de las parroquias de la diócesis de Zipaquirá se ha trazado la misión de evangelizar, comunicar, educar y entretener para construir verdaderas comunidades cristianas. Además de todo esto, asume la responsabilidad social de estimular valores importantes como la dignidad de la persona humana, el respeto mutuo, la disciplina social, el amor al trabajo, la convivencia pacífica, la preservación del medio ambiente y de las buenas costumbres y la construcción integral de la comunidad.-

Las radios comunitarias en la diócesis se han identificado hasta el momento con una Vida Cristiana en donde las personas que trabajan en estas emisoras deben vivir y dar testimonio de vida cristiana, amor a la iglesia y convicción de apostolado.-

La radio asume la tarea de la Nueva Evangelización como prioridad; esto conlleva un esfuerzo serio y responsable para que utilizando todos los lenguajes propios de la radio y manejando estrategias pastorales adecuadas, el mensaje del evangelio penetre en la vida de las personas y de la comunidad.-

Estas emisoras se rigen bajo los principios de la ética cristiana, basados en la responsabilidad personal y social como respuesta de fe a los ideales evangélicos de Jesucristo.-

CAPITULO IV
HISTORIA DE LA EMISORA COMUNITARIA UBALA 107.8 FM STEREO

4.1 ANTECEDENTES

La emisora Ubalá 107.8 F.M. Estereo pertenece a la Diócesis de Zipaquirá; el Ministerio de Comunicaciones el 05 de Marzo de 1998 emitió una convocatoria para asignar Licencias de Concesión para la Prestación del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora en 18 municipios del Departamento de Cundinamarca los cuales dependen en primer lugar al Ministerio de Comunicaciones y en segundo lugar a la Diócesis de Zipaquirá y el Seminario Menor de Cundinamarca.-

La Diócesis de Zipaquirá firmó un convenio responsabilizándose del manejo y mantenimiento de las emisoras asignadas a los municipio de la región del bajo Guavio y la cuales están ubicadas en la casa cural de las 18 parroquias supervisadas por el vicariato de Zipaquirá y el Seminario Menor de Cundinamarca.-

Las emisoras que lograron obtener la licencia y que se encuentra bajo la supervisión del Seminario menor de Cundinamarca son:

NOMBRE DE LA EMISORA	DIAL	MUNICIPIO
ALEGRIA	94.4	TOCANCIPA
ÁNGELUS	107.4	SESQUILE
CATEDRAL	107.4	ZIPAQUIRA
CIELO AZUL	88.3	SIMIJACA
FARALLONES	106.4	GACHALA
GUATAVITA	106.4	GUATAVITA
LA PAZ	107.4	EL PEÑÓN
MANANTIAL	88.3	SUTATAUSA
MANTA	88.3	MANTA
NUEVA VIDA	101.3	FUQUENE
PACHO	94.4	PACHO
RADIO VIVA	107.8	NEMOCON
ROCA	94.4	SUESCA
SAN JUAN	107.4	VILLAPINZON
SUSA	107.8	SUSA
UBALA	107.8	UBALA
VILLA	106.4	VILLA GOMEZ
VITAL	107.8	CUCUNUBA

Se creó entonces una emisora al Servicio de la Comunidad de la Región del Guavio con el nombre de Ubalá 107.8 FM Estereo. Según la Resolución No.000166 del 18 de Febrero de 2000 – Artículo 5° y bajo las siguientes especificaciones: ubicando los estudios en la Casa Cural del municipio de Ubalá (Cund.) con un distintivo de llamada HKH46 y un horario de operación de 24

horas y con la clasificación de Gestión del Servicio: Indirecta – Orientación de la Programación: Comunitaria – Nivel de Cubrimiento: Local Restringido; Clase D⁷ - Tecnología de Transmisión: Estereofónica.-

Bajo el Decreto 1981 de 2003 – Capítulo I de las Disposiciones Generales; se reglamentó el Manual de Estilo como un documento de conocimiento público que contiene las políticas, los principios y criterios propios de la emisora comunitaria con las cuales se protegen los derechos de la audiencia, se evita la incitación a la violencia, a la discriminación y se garantiza el pluralismo informativo, de conformidad con los fines del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora.-

4.1.1 Fines y Características Actuales de la Emisora Ubalá 107.8 Fm Estereo

Los fines y características que hasta el momento surgen en la emisora son.-

El Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora será un servicio público participativo y pluralista, orientado a satisfacer necesidades de comunicación en el municipio de Ubalá.-

Facilitará el ejercicio del derecho a la información y la participación de sus habitantes, a través de programas radiales realizados por distintos sectores del municipio, de manera que promueva el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de las identidades culturales y sociales.-

La programación estará orientada a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación

⁷ ESTACION CLASE D: Aquella destinada a cubrir con parámetros restringidos áreas urbanas y/o rurales, o específicas dentro de un municipio o distrito, y que está obligada, por lo tanto, a implementar los mecanismos que determine el Ministerio de Comunicaciones para garantizar la operación de la misma, dentro de los parámetros estipulados en el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora.-

que conduzcan al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial a la promoción de la democracia, la participación y los derechos fundamentales de los colombianos que aseguren una convivencia pacífica.-

En sus emisiones diarias, la emisora se debe identificar como comunitaria, además del nombre escogido para su operación y el distintivo de llamada.-

A través del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora no podrá transmitirse ningún tipo de programa con fines proselitistas.-

4.2 PROGRAMACION RADIAL DE LAS EMISORAS COMUNITARIAS DE LA DIÓCESIS DE ZIPAQUIRÁ.

La Diócesis de Zipaquirá ha reglamentado provisionalmente un modelo de programación para todas las emisoras comunitarias que se encuentran bajo su supervisión; a continuación se encuentra el modelo que se ha utilizado hasta el momento en las emisoras comunitarias.-

4.2.1 Programación Actual de la Emisora Ubalá 107.8.Fm Estereo

HORARIO DE LUNES A VIERNES

MAÑANA:

5:00 a.m. a 5:05 a.m.: En Familia Minutos de Amor (Programa realizado por el padre con oraciones diarias tomadas del libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO.-

5.00 a.m. a 6:45 a.m.:	Amaneceres del Guavio (Magazín para los campesinos, revista musical con un contenido de coplas, poesía, temas del campo y la agricultura, notas curiosas de farándula nacional y local)
6:45 a.m. a 7:00 a.m.:	Programa Naturista (Programa de Salud referente a las plantas medicinales, métodos y solución de problemas de enfermedades – se utilizan cassettes diferentes en cada emisión -)
7:00 a.m. a 7:30 a.m.:	Cultura Musical (Música Clásica – programada por el computador -)
7:30 a.m. a 8:00 a.m.:	Programa del Ministerio de Cultura (Unidad de Radio, temas sobre la preservación y mantenimiento de la Región del Guavio – se utilizan cassettes diferentes en cada emisión).-
8:00 a.m. a 9:30 a.m.	Colombia es Bella (Música Colombiana – programada por el computador -) (martes y jueves).-
9:30 a.m. a 10:30 a.m.	Amor y Sentimiento (Música Romántica – programada por el computador) (lunes, miércoles y viernes).-
10:30 a.m. a 12:00 m.	La Variedad Musical (Música Croosover – rock en español, dance, trance, balada pop, etc. Programada por el computador).-

12:00 m. a 12:05 m.	Ángelus (Oración religiosa de 5 minutos sacada del Libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO)
TARDE:	
12:05 m. a 12:30 m.:	Reflexión Meridiana (Música Religiosa – CD de Ediciones Paulinas – programada por el computador -).-
12:30 m. a 1:00 p.m.:	Servicio Social Comunitario y Grandes Interpretes de la Canción (Información de comunicados a nivel local y canciones de autores diferentes cada día).-
1:00 p.m. a 3:00 p.m.:	Tarde de Fiesta (Música para todos – música vallenata,ailable, salsa, etc. Programada por el computador)
3:00 p.m. a 4:30 p.m.:	Puro Vallenato (vallenatos programados por el computador).-
4:30 p.m. a 6:00 p.m.:	Parejitas Musicales y Línea Abierta (bajo la dirección del locutor se escogen dos autores por día y se da línea abierta a los oyentes para que participen línea telefónica).-
6:00 p.m. a 6:05 p.m.:	Himno Nacional (Himno de Colombia).-

6:05 p.m. a 6:45 p.m.: Carta Apostólica y Santo Rosario (Oraciones diarias tomadas de Libros de Ediciones Paulinas y proclamación del Santo Rosario, dirigido por un catequista de la parroquia).-

6:45 p.m. a 7:00 p.m.: Programa Naturista (Programa de Salud referente a las plantas medicinales, métodos y solución de problemas de enfermedades – se utilizan cassettes diferentes en cada emisión -).-

7:00 p.m. a 7:05 p.m.: En Familia – Minutos de Amor (Programa realizado por el padre con oraciones diarias tomadas del libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO).-

7:05 p.m. a 8:00 p.m. Al Ritmo Joven con Jesús (Orientación a Jóvenes dirigido por una misionera de la Diócesis de Zipaquirá donde se enseñan diversidad de temas a nivel general y se dan consejos con enfoque espiritual a los jóvenes especialmente -).-

8:00 p.m.: CIERRE DE LA EMISIÓN

HORARIO DE SABADO

MAÑANA:

6:00 a.m. a 6:05 a.m.: En Familia – Minutos de Amor (Programa realizado por el padre con oraciones diarias tomadas del libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO).-

6:05 a.m. a 8:00 a.m.:	Parrandoteca (Música Tropical en todos los estilos – programación por computador -).-
8:00 a.m. a 12:00 m:	Goza del Fin de Semana (Variedad Musical – música en todos los estilos – programación por computador -)
TARDE:	
12:00 m. a 12:05 m:	Ángelus (Oración religiosa de 5 minutos sacada del Libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO)
12:05 m. a 12:30 m.:	Reflexión Meridiana (Música Religiosa – CD de Ediciones Paulinas – programada por el computador -).-
12:30 m. a 1:00 p.m.	Servicio Social Comunitario (Información de comunicados a nivel local y canciones de autores diferentes cada día).-
1:00 p.m. a 6:00 p.m.:	Solo Éxitos (Música para todos los gustos vallenato, salsa, merengue, trance, dance, etc. Música programada por computador).-
6:00 p.m. a 6:45 p.m.:	Carta Apostólica y Santo Rosario (Oraciones diarias tomadas de Libros de Ediciones Paulinas y proclamación del Santo Rosario, dirigido por un catequista de la parroquia).-

6:45 p.m. a 7:00 p.m.:	Programa Naturista (Programa de Salud referente a las plantas medicinales, métodos y solución de problemas de enfermedades – se utilizan cassettes diferentes en cada emisión -)
7:00 p.m. a 7:05 p.m.:	En Familia – Minutos de Amor (Programa realizado por el padre con oraciones diarias tomadas del libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO).-
7:05 p.m. a 8:00 p.m.:	Al Ritmo Joven con Jesús (Orientación a Jóvenes dirigido por una misionera de la Diócesis de Zipaquirá donde se enseñan diversidad de temas a nivel general y se dan consejos con enfoque espiritual a los jóvenes especialmente -)
8:00 p.m.:	CIERRE DE LA EMISIÓN

HORARIO DE DOMINGO Y FESTIVOS

MAÑANA:

8:00 a.m. a 8:05 a.m.:	En Familia – Minutos de Amor (Programa realizado por el padre con oraciones diarias tomadas del libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO).-
8:05 a.m. a 9:00 a.m.:	La Mañana del Domingo con Jesús (Música carismática, CD religioso de Ediciones Paulinas).-

9:00 a.m. a 9:30 a.m.:	Encuétrate con la Naturaleza (Programa de la Corporación Autónoma del Guavio CORPOGUAVIO, está basado en la recuperación y conservación del Medio Ambiente, en cada emisión se proyecta un cassette diferente). Por ejemplo: realizan análisis sobre quemas que se hayan presentado durante la semana; acostumbran emitir recomendaciones para evitar incendios forestales o de otra índole y qué se debe hacer para prevenirlos y denunciar a los responsables.-
9:30 a.m. a 10:00 a.m.:	Jesucristo Super Star (Infancia Misionera, se lee material para la preparación de los niños en la Infancia Misionera).-)
10:00 a.m. a 12:00m.:	Especial Llanero (Programación y animación de música llanera).-)
12:00 m. a 1:00 p.m.:	Transmisión de la Santa Misa (Todos lo domingos se emite la Santa Misa de medio día).-)
1:00 p.m. a 1:30 p.m.:	Servicio Social Comunitario (Información de comunicados a nivel local y canciones de autores diferentes cada día).-)
1:30 p.m. a 4:00 p.m.:	Vive la Tarde Dominical (Variedad de Música, baladas, vallenato, salsa, merengue, etc.).-)

4:00 p.m. a 6:00 p.m.:	El Desenguayabe (Música de Despecho, especial programado de Dario Gómez, Luis Alberto Posada, Los Legendarios, Las Hermanitas Calle, etc.).-
6:00 p.m. a 6:45 p.m.:	Carta Apostólica y Santo Rosario (Oraciones diarias tomadas de Libros de Ediciones Paulinas y proclamación del Santo Rosario, dirigido por un catequista de la parroquia).-
6:45 p.m. a 7:00 p.m.:	Programa Naturista (Programa de Salud referente a las plantas medicinales, métodos y solución de problemas de enfermedades – se utilizan cassettes diferentes en cada emisión -).-
7:00 p.m. a 7:05 p.m.	En Familia – Minutos de Amor (Programa realizado por el padre con oraciones diarias tomadas del libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO).-
7:05 p.m.:	CIERRE DE LA EMISIÓN

4.2.2 Programación de la Emisora Farallones Stereo 106.4 Gachalá Cundinamarca

HORARIO DE LUNES A VIERNES – HORARIO DE LA MAÑANA

5.00 a.m. a 6:45 a.m.:	Amanecer en compañía del señor (programa dirigido a los campesinos con oraciones de agradecimiento al señor Jesucristo por los nuevos días que llegan – Santo Rosario).-
6:45 a.m. a 7:00 a.m.:	Programa Naturista (Programa de Salud referente a las plantas medicinales, métodos y solución de problemas de enfermedades – se utilizan cassettes diferentes en cada emisión -)
7:00 a.m. a 8:00 a.m.:	Programa del Ministerio de Cultura (Unidad de Radio, temas sobre la preservación y mantenimiento de la Región del Guavio – se utilizan cassettes diferentes en cada emisión).-
8:00 a.m. a 9:30 a.m.	Media hora de reflexión personal (Música Instrumental católica).-
9:30 a.m. a 12:30 m.	Las palabras del corazón (Música Romántica – programada por el computador).-

HORARIO DE LA TARDE

12:30 m. a 2:30 p. m.	Ángelus (Oración religiosa de 5 minutos sacada del Libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO) y Servicio Social.(noticiero a nivel local – informaciones, comunicados, etc.-
2:30 p.m. a 5:30 p.m.:	Música para subir el ánimo (Música vallenata,ailable, salsa, regge, dance, trance etc. (Programada por el computador)
5:30 p.m. a 6:00 p.m.:	Programa Naturista (Programa de Salud referente a las plantas medicinales, métodos y solución de problemas de enfermedades – se utilizan cassettes diferentes en cada emisión -)

HORARIO DE LA NOCHE

6:00 p.m. a 6:05 p.m.:	Himno Nacional (Himno de Colombia).-
6:05 p.m. a 6:45 p.m.:	Santo Rosario (dirigido por un catequista de la parroquia).-
6:45 p.m. a 8:00 p.m.:	En Familia – Minutos de Amor (Programa realizado por el padre con oraciones diarias tomadas del libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO).-
8:00 p.m.:	CIERRE DE LA EMISIÓN

HORARIO DE SABADO – MAÑANA

6:00 a.m. a 6:05 a.m.:	En Familia – Minutos de Amor (Programa realizado por el padre con oraciones diarias tomadas del libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO.-
6:05 a.m. a 8:00 a.m.:	Fin de Semana Espectacular (Música Tropical en todos los estilos – programación por computador).-
8:00 a.m. a 12:00 m:	Sigue la Fiesta (Variedad Musical – música en todos los estilos – programación por computador).-

HORARIO DE LA TARDE

12:00 m. a 12:05 m:	Ángelus (Oración religiosa de 5 minutos sacada del Libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO)
12:05 m. a 2:30 p.m.:	Servicio Social (Información de comunicados a nivel local).-
2:30 p.m. a 6:00 p.m.:	El Merengue te Mueve (Solo Éxitos - música salsa y merengue - Música programada por computador).-

HORARIO DE LA NOCHE

6:00 p.m. a 6:05 p.m.:	Himno Nacional (Himno de Colombia).-
6:05 p.m. a 6:45 p.m.:	Santo Rosario (dirigido por un catequista de la parroquia).-
6:45 p.m. a 8:00 p.m.:	En Familia – Minutos de Amor (Programa realizado por el padre con oraciones diarias tomadas del libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO).-
8:00 p.m.:	CIERRE DE LA EMISIÓN

HORARIO DE DOMINGO Y FESTIVOS

8:00 a.m. a 8:05 a.m.:	En Familia – Minutos de Amor (Programa realizado por el padre con oraciones diarias tomadas del libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO).-
8:05 a.m. a 9:00 a.m.:	La Mañana del Domingo con Jesús (Música carismática, CD religioso de Ediciones Paulinas).-

9:00 a.m. a 9:30 a.m.: Encuéntrate con la Naturaleza (Programa de la Corporación Autónoma del Guavio CORPOGUAVIO.- (Cada fin de semana un funcionario diferente de CORPOGUAVIO, trata temas trata temas relacionados con las actividades de la corporación durante la semana que pasó.-

9:30 a.m. a 12:00 m.: Música Llanera (Programación de música llanera).-

HORARIO DE LA TARDE

12:00 m. a 1:00 p.m.: Transmisión de la Santa Misa (Todos los domingos se emite la Santa Misa de medio día).-

1:00 p.m. a 1:30 p.m.: Servicio Social (comunicados a nivel local).-

1:30 p.m. a 5:00 p.m.: Fin de Semana para Gozar (Variedad de Música, etc.) – programada por el computador.-

HORARIO DE LA NOCHE

5:00 p.m. a 6:00 p.m.: Línea directa y saludos, programación combinada con música rock en español, dance y trance.-

6:00 p.m. a 6:45 p.m.: Santo Rosario (dirigido por un catequista de la parroquia).-

6:45 p.m. a 7:00 p.m.: Programa Naturista (Programa de Salud referente a las plantas medicinales, métodos y solución de problemas de enfermedades – se utilizan cassettes diferentes en cada emisión -).-

7:00 p.m. a 7:05 p.m. Agradecimientos al señor por el día que tuvimos (oraciones religiosas tomadas del libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO).-

7:05 p.m.: CIERRE DE LA EMISIÓN

4.3.3 Programación de la Emisora La “J” Stereo 107.4 - Junín Cundinamarca.-

HORARIO DE LUNES A VIERNES - MAÑANA

5.00 a.m. a 8:30 a.m.: Parranda Campesina (Emisión de música carrilera y saludos especiales a familiares y amigos).-

8:30 a.m. a 10:00 a.m.: Corazón Romántico (Música romántica, acompañada de saludos a los seres más queridos).-

10:00 a.m. a 12:00 m.: Música croosover y llamadas para solicitar canciones).-

HORARIO DE LA TARDE

12:00 a.m. a 2:00 p.m. Informativo local (informaciones a nivel local).-

2:00 a.m. a 5:00 p.m. A Bailar se Dijo (Música variada para todos los gustos – programada por la consola principal).-

HORARIO DE LA NOCHE

5:00 m. a 7:30 p. m. Lo que pide mi pueblo (Música popular y llamadas del oyente).-

7:30 p.m. a 9:30 p.m.: El Llano y mi Pueblo (Música llanera y popular – Llamadas del oyente para saludar a los seres queridos).-

9:30 p.m. a 11:00 p.m.: Música Popular – Amor a mi Pueblo (Música popular y solicitud musical de los oyentes).-

11:05 p.m. a 11:10 p.m.: Himno Nacional (Himno de Colombia).-

11:200 p.m.: CIERRE DE LA EMISIÓN

HORARIO DE SABADO - MAÑANA

5:00 a.m. a 8:30 a.m.: Guascarriliando (Programa dedicado al campesino – emiten música carranguera típica de la zona cundinamarqués, llamadas al aire, saludos de cumpleaños, dedicatorias, etc) – dirigido por el locutor de turno.-

8:30 a.m. a 10:30 a.m.: Mundo de la fantasía (Programa para niños).-

10:30 a.m. a 12:00 m: La música tropical del Recuerdo (Música de antaño y participación del oyente).-

HORARIO DE LA TARDE

12:00 m. a 2:30 m:	Colombia Mía (Rescate de culturas).-
2:30 m. a 4:30 p.m.:	Mano a mano musical (Invitación de dos artistas diferentes con participación del oyente y votación para cada artista).-
4:30 p.m. a 6:00 p.m.:	Lo maravilloso del ayer (Música bolero, tango,etc.).-

HORARIO DE LA NOCHE

6:00 p.m. a 6:05 p.m.:	Himno Nacional (Himno de Colombia).-
6:05 p.m. a 7:00 p.m.:	Románticos de siempre (Música romántica programada por el computador).-
7:00 p.m. a 10:00 p.m.:	Fantasia Vallenata (líneas en contacto, saludos especiales para los soldados y secuestrados).-
10:05 p.m.:	CIERRE DE LA EMISIÓN

HORARIO DE DOMINGO Y FESTIVOS - MAÑANA

5:00 a.m. a 8:30 a.m.:	Guascarriliando (Programa dedicado al campesino – emiten música carranguera típica de la zona cundinamarqués, llamadas al aire,
------------------------	---

saludos de cumpleaños, dedicatorias, etc) –
dirigido por el locutor de turno.-

8:30 a.m. a 10:30 a.m.: Mundo de la fantasía (Programa para niños).-

10:30 a.m. a 12:00 m: La música tropical del Recuerdo (Música de
antaño y participación del oyente).-

HORARIO DE LA TARDE

12:00 m. a 2:30 m: Colombia Mía (Rescate de culturas).-

2:30 m. a 4:30 p.m.: Mano a mano musical (Invitación de dos artistas
diferentes con participación del oyente y votación
para cada artista).-

4:30 p.m. a 6:00 p.m.: Lo maravilloso del ayer (Música bolero,
tango,etc).-

HORARIO DE LA NOCHE

6:00 p.m. a 6:05 p.m.: Himno Nacional (Himno de Colombia).-

6:05 p.m. a 7:00 p.m.: Románticos de siempre (Música romántica
programada por el computador).-

7:00 p.m. a 10:00 p.m.: Fantasía Vallenata (líneas en contacto, saludos
especiales para los soldados y secuestrados).-

10:05 p.m.: CIERRE DE LA EMISIÓN

4.3 ANÁLISIS Y CONCLUSIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE LAS EMISORAS COMUNITARIAS – REGION DEL BAJO GUAVIO

4.3.1 Información General

Se debe realizar una comparación de la programación de estas emisoras comunitarias, para destacar el servicio que prestan cada una de ellas y que tan importante ha sido su presencia en la Región.-

Se han tomado como ejemplo dos emisoras comunitarias presentes en la Región del Bajo Guavio, la primera de ellas perteneciente a la Diócesis de Zipaquirá y bajo la coordinación del Seminario Mayor de Cundinamarca y la segunda, Emisora Comunitaria particular, de la cual podemos citar lo siguiente:

La emisora Farallones 106.4 FM Estereo, pertenece a la Red de Emisoras Comunitarias adjudicadas a la Diócesis de Zipaquirá, se encuentra funcionando en la Casa Cural de La Parroquia del Municipio de Gachalá (Cund.) y su programación es similar a la de la emisora Ubalá 107.8 FM Estereo.-

Identificación General: Emisora Farallones 106.4 FM Stereo.-

La identificación de esta emisora se define de la siguiente manera:

1. Población Municipal:	5.858 habitantes
2. Kilómetros desde Bogotá:	142 Aproximadamente
3. Temperatura:	18°C
4. Altitud:	1.712 m.s.n.m.

Resultados:

Población de Audiencia:	1.112 oyentes diarios
Aceptación de la Programación habitual:	57 % actualmente
Rechazo de la Programación:	43 % actualmente
Emisoras Competentes:	Todas a nivel comercial (Marandua Estereo 101.3, La “J” Estereo 107.4. , Colombia Estereo 91.1, Colombia Estereo 90.1, Policía Nacional 93.6, Reina Estereo 92.6).-

Identificación General: Emisora La “J” 107.4 FM Stereo.-

La Emisora Comunitaria La “J” Estereo 107.4 FM Estereo, está adjudicada y pertenece a personal particular del Municipio de Junín (Cund.), y su programación en relación a la evaluación se define de la siguiente forma:

1. Población Municipal:	12.654 habitantes
2. Kilómetros desde Bogotá:	103 Aproximadamente
3. Temperatura:	16°C
4. Altitud:	2.300 m.s.n.m.

Resultados:

Población de Audiencia:	15.000 oyentes diarios (fuera de los habitantes a nivel total del municipio de Junín (Cund.).-
Aceptación de la Programación habitual:	Total actualmente.-
Rechazo de la Programación:	Ninguna.-
Emisoras Competentes:	La mayoría a nivel comercial

4.4 CONCLUSIÓN SOBRE LA PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA UBALÁ 107.8 FM STEREO.-

Teniendo en cuenta que mas de un 80% de la programación actual de la emisora comunitaria Ubalá 107.8 FM Estereo es musical y evangelizadora y los oyentes han respondido apáticamente a la mayoría de ellos, es necesario crear una propuesta diferente que supla las necesidades de los radio escuchas del municipio de Ubalá.-

Se ha creado un proyecto encaminado a la nueva programación, para facilitar y promover un contenido radial diferente que permita la participación de la comunidad del municipio de Ubalá con aras en la construcción de alternativas nuevas de desarrollo social para con el medio radial comunitario Ubalá 107.8 FM Estereo.-

Logrando este propósito y de manera diferente, se lograra conseguir la participación de las organizaciones y entidades sociales en la construcción de una programación que desarrolle un alto contenido social dirigido a la comunidad, que forme y construya cultura ciudadana democrática, reconozca y respete la diferencia y el pluralismo para alcanzar un modelo económico diferente, contribuya con el desarrollo humano de los actores de la radio comunitaria y de las organizaciones de nuestro municipio, formando así un nuevo estilo de sociedad con mejor calidad de vida; finalmente se logrará organizar de la mejor manera una programación participativa, equitativa y transparente.-

4.5 ANÁLISIS DE INFORMACIÓN DESDE LOS OBJETIVOS DE LAS EMISORAS COMUNITARIAS

Lo que define a la radio comunitaria son sus objetivos de servicio a la comunidad y de participación activa de la misma en el proyecto radiofónico. Las radios comunitarias contribuyen a la libre expresión de los distintos movimientos sociales, políticos y culturales, así como a la promoción de toda iniciativa que busque la paz, la amistad entre los pueblos, la democracia y el desarrollo.-

Las radios comunitarias reconocen el papel fundamental específico de las mujeres en la instauración de nuevas prácticas de comunicación. Reconoce igualmente la soberanía e independencia de los pueblos, la solidaridad y la no intervención en los asuntos internos de otros países, la cooperación internacional sobre una base de igualdad, reciprocidad y respeto mutuo, la no discriminación de raza, sexo, preferencia sexual o religión, el respeto a la identidad cultural de los pueblos y la urgente preservación del medio ambiente.-

En fin, la radio comunitaria busca democratizar la palabra para contribuir a democratizar la sociedad, debe superar la marginalidad y captar audiencias masivas, hacer un periodismo más ágil, que recupere la urgencia informativa y el necesario carácter investigativo, abrir auténticos espacios para el debate y la polémica en un ambiente democrático y pluralista, recuperar la magia del lenguaje radiofónico empleando todos los variados recursos y formatos que el medio permite, modernizar la infraestructura tecnológica de las radios comunitarias para lograr una producción de mayor calidad.

Es importante capacitar permanentemente al personal para lograr programaciones mas profesionales y una mayor eficiencia de los radialistas, que impulse una política de autofinanciamiento convirtiendo a las radios

comunitarias en empresas sociales rentables, que comprometan a los organismos internacionales a favorecer el desarrollo de la radio comunitaria y promuevan el intercambio de experiencias y producciones radiofónicas entre las radios comunitarias y a través de las redes internacionales existentes.

Al construir una radio comunitaria dinámica, fresca, colorida, enraizada en la vida de nuestra gente, se defienden sus valores culturales y su identidad nacional.-

La radio comunitaria deben generar identidad, pertenencia, valores, cambios de actitud frente a la vida, mejorar las relaciones con nuestros congéneres y con la naturaleza, fortalecer procesos de cambio para lograr una vida mejor y enfrentar, con conceptos y acciones mucho más claros, los desequilibrios políticos y económicos.-

De esta manera se cumplen los objetivos de las emisoras comunitarias y de los comunicadores que optamos por producir radio y demás medios alternativos, pues el lenguaje radiofónico ya sea comercial o comunitario, es fundamentalmente técnico.-

4.6 HALLAZGOS OBTENIDOS

Características de la Metodología:

La metodología que se ha utilizado en la presente investigación ha sido únicamente la elaboración de las encuestas. Un primer paso de la investigación abordó un grupo de personas socio – culturalmente diferenciados en dos niveles socio – económicos (medio/bajo) en el municipio de Ubalá (Cund.) y en la zona urbana.-

El núcleo de indagación consistió en establecer los gustos de los oyentes de la emisora comunitaria y de qué maneras y en qué medida este medio de comunicación interviene en la construcción de estas imágenes. El estudio no se limitó solamente a los imaginarios sino que buscó reunir elementos contextualizadores sobre cómo son las relaciones de los oyentes con el medio radial, que le hace escuchar la radio en banda FM, qué programas de los que emite la emisora disfruta, qué clase de música disfruta y cómo ha reaccionado la comunidad frente a la creación de la emisora comunitaria en el municipio de Ubalá (Cund.). Estas cuestiones han sido abordadas a través de procedimientos cuantitativos utilizando la encuesta.-

4.7 CONCEPTO SOBRE ENCUESTA

La encuesta es un sondeo efectuado en la opinión pública o privada para indagar su juicio o parecer sobre una cuestión determinada, en este caso, preferencias, gustos y sugerencias frente a la emisora comunitaria Ubalá 107.8 FM Estereo.-

Desde el punto de vista de la investigación, la encuesta siempre es una interrogante empírica, responder a ella supone explorar sus interacciones particulares con el medio radial.-

Esta es una exposición de las cuestiones conceptuales que han estado presentes en la preparación y desarrollo de la presente investigación, lo que tiene que ver con los debates teóricos relevantes y lo que hace referencia a la estrategia metodológica.-

El objetivo general de la encuesta es el mismo que compromete a todo el proyecto de investigación, es decir, indagar las formas de relación de los habitantes con el

medio radial comunitario. Bajo este parámetro los objetivos específicos fijados para la encuesta fueron los siguientes.-

1. Establecer que tipo de incidencia tiene el nivel socioeconómico y el capital cultural en las relaciones con los oyentes frente al medio radial comunitario.-
2. Identificar los hábitos de consumo del medio radial en el municipio de Ubalá (Cund.).-

4.7.1 Resultados:

Dentro de las encuestas realizadas para esta investigación, se encuentran dos dirigidas a los oyentes y una encuesta dirigida a las personas que colaboran directamente con el medio radial comunitario.

Las encuestas que a continuación se analizan, tienen como fin realizar un registro cuantitativo de hábitos de consumo del medio radial comunitario dentro de la población del municipio de Ubalá Cundinamarca y sus colabores permanentes.-

Se realizaron dos encuestas, cada una con diez personas, donde se analizaron datos objetivos, mensurables, correlacionables, que arrojaron como resultado grandes panoramas, regularidades del comportamiento de los oyentes, lo que ha permitido analizar cómo experimentan lo real las personas y comprender los motivos e ideas que están detrás de las acciones de cada uno de ellos.-

El cuestionario fue respondido cara a cara por pobladores de la región, fue preparado por ELIZABETH PEDRAZA GÓMEZ; la encuesta se aplicó dentro de un

periodo comprendido entre Noviembre de 2002 y Febrero de 2004 y las preguntas fueron contestadas por personas que tenían definidos sus conceptos sobre el medio radial.-

4.8 ANALISIS DE ENCUESTAS

A continuación encontraremos las respuestas a las preguntas preparadas y analizadas minuciosamente para los oyentes constantes de la emisora comunitaria Ubalá 107.8 FM Estereo, con el objeto de conocer en ellos su relación con la radio, su imagen sobre la emisor, qué sentido tiene el medio para diferentes tipos de personas, qué utilidades les presta y finalmente cuáles son las modalidades de participación aceptadas y valoradas por los oyentes sobre el importante medio radial con el que cuentan en la región.-

4.8.1 Encuesta No. 1 para los Oyentes:

Como se aprecia en el siguiente cuadro, la primera muestra se realizó por sexo, estrato, edad y municipio, el total de la muestra realizada fue de 10 personas del sector urbano inicialmente, el 50% de ellos de estrato medio y oscilan en edades entre 18 a 30 años, el siguiente 50% de los encuestados corresponde a un estrato bajo y se encuentran en edades promedio de 35 a 45 años de edad.-

SEXO	ESTRATO	EDAD	MUNICIPIO
FEMENINO	medio/bajo	18 a 30años	UBALA (Cund.)
MASCULINO	medio/bajo	35 a 45 años	UBALA (Cund.)

La frecuencia con la que escuchan radio los encuestados es clave para entender este tipo de consulta.- (ver cuadro a continuación).-

	ALTO	MEDIO	BAJO	TOTAL
Con frecuencia	58%	35.4%	10%	34%
Solo a veces	18%	9.0%	5%	10%
Rara vez	12%	6%	2%	10%
Nunca	12%	6%	2%	10%

A partir de la pregunta ¿Cuáles de las siguientes emisoras ha escuchado usted en los últimos siete días? Los encuestados respondieron:

Podemos identificar cuatro (04) opciones de las cuales se citaron:

1. Farallones 106.4 FM Estereo (emisora comunitaria del municipio de Gachalá (Cund.).-
2. La “J” 107.4 FM Estereo (emisora comercial del municipio de Junín (Cund.).-
3. Ubalá 107.8 FM Estereo (emisora comunitaria del municipio de Ubalá (Cund.).-
4. Emisoras en banda AM.

Los resultados anteriores se lograron identificar de la siguiente manera:

Primero: El 58% de los encuestados respondieron que escuchan con mucha más frecuencia Farallones 106.4 Estereo (emisora comunitaria del municipio de Gachalá (Cund.).-

Segundo: El 18% contestó que escucha Ubalá 107,8 FM Estereo y lo hacen con mucha más importancia en el horario de 12:30 m. A 1:30 p.m. por que es el horario en donde se emiten las Noticias Locales y rara vez Noticias Regionales.-

Tercero: El 12% contestó que solo escuchan y con frecuencia en el horario de 6:00 a.m. a 8:00 a.m. alguna emisora en banda AM.-

Cuarto: Finalmente el 12% de los encuestados afirma no escuchar frecuentemente emisoras ni en banda AM ni en banda FM.-

Los resultados finales que arrojó esta primer encuesta afirman que más de la mitad de los oyentes prefiere una emisora diferente a la emisora comunitaria Ubalá 107.8 FM Estereo, también se concluye que dentro de la competencia existen otras tres emisoras con menor raiting de audiencia pero con relativa frecuencia.-

Frente a la pregunta ¿Qué programas de la emisora Ubalá FM Estereo disfruta usted?, los encuestados contestaron:

Primero: El 60% de los oyentes, gustan o prefieren de las Noticias Locales y eventualmente Regionales y Programas Religiosos.-

Segundo: Finalmente un 18% de los encuestados contestó que además de disfrutar de los Programas Religiosos, les encanta más y enfatizan en la escucha de las Noticias Locales y Regionales.-

Tercero: Un 12% de oyentes contestó que disfrutan únicamente de programas religiosos.-

Cuarto: Finalmente, un 12% contestó que solo gustan de las Noticias nacionales.-

A la pregunta ¿Cuales de las siguientes clases de música disfruta usted?, los encuestados respondieron:

PREFERENCIA MUSICAL	A MENUDO	CASI SIEMPRE	ALGUNAS VECES	NUNCA
DANCE		X		
JAZZ		X		
REGGAE				X
CLASICA		X	X	
NOSTALGICA		X	X	
FOLCKORICA		X	X	
ROCK				X
COUNTRY		X		
BANDAS				X

Esta pregunta arroja como resultado un total del 80% de oyentes disfruta de la música clásica, nostálgica y folklórica y tan solo un 20% disfrutaban de algunas de las demás opciones como Dance, Jazz, rock o country.-

La siguiente pregunta se enfoca hacia la descripción de ¿Qué programas desearía escuchar en la emisora comunitaria local de Ubalá?. Todas las respuestas fueron diferentes y citaron las siguientes:

- Me gustaría escuchar un programa educativo sobre salud.-
- Me gustaría escuchar preferiblemente en las horas de la mañana un programa sobre alfabetización en el adulto mayor.-
- Sería interesante escuchar un programa donde se resalten nuestras creencias, usos y costumbres del municipio, de igual manera valorizar nuestra música autóctona y buscar un horario especial para programas humorísticos.-

- Me gustaría escuchar con mucha más claridad un Informativo Nacional sobre los acontecimientos que se viven a diario en el país.-
- Los programas culturales y religiosos en las horas de la mañana serían muy provechosos para estar en contacto con Dios.-

Conclusión sobre los hallazgos de la encuesta anterior:

Es importante pensar en las perspectivas de gestar, apoyar o materializar contribuciones enriquecedoras para los oyentes de la emisora comunitaria Ubalá 107.8 FM Estereo, poniendo como tarea prioritaria el reto que debe asumir la radio, de ampliar sus oportunidades y mejorar la calidad de vida del municipio de Ubalá Cundinamarca; creando una programación de participación comunitaria diferente.-

4.8.2 Análisis de la Encuesta No. 02

El 14.6% de la población ubalence escucha la emisora Ubalá 107.8 FM Estereo, sea de forma habitual u ocasional. De ellos el 52.8% son oyentes habituales mientras que el 47.2% son ocasionales. De ellos los mas habituales son las mujeres (70% sobre un 30% de hombres).-

La mayor parte de los oyentes (68%) son personas adultas: un 39% tienen entre 26 y 40 años y un 29% entre 41 y 60 años; otro 32% tiene entre 19 y 25 años.-

Respecto al estrato social, los oyentes mas fervientes se encuentran en el estrato social bajo. En segundo lugar se encuentran las personas de estrato social medio (33% y 38%) mientras que no escucha la emisora nadie del estrato alto, ni ocasional ni habitualmente.-

En lo que se refiere al nivel de instrucción de los oyentes, el 6.4% no tiene ninguna instrucción, el 22.2% tiene tan solo la primaria y el 48.1% la secundaria.- El 8.3% sigue estudios superiores no universitarios y el 6% son universitarios.-

La franja en la que mas se escucha la emisora es al medio día (12:30 a 1:30 p.m.) con un 85% de oyentes.-

1. A la pregunta formulada ¿ cuáles de los programas que emite la emisora, le parece que cumple con el objetivo principal de Radio Comunitaria? Los oyentes citaron las siguientes respuestas:

El 75% de los oyentes coincidieron en que el programa que cumple con el objetivo de Radio Comunitaria es “Servicio Social Comunitario”.-

El 25% de los oyentes coincidieron en que el programa que cumple con el objetivo de Radio Comunitaria es “En Sintonía con Dios”.-

Entre un 10% y 15% afirman que los programas que cumplen con este objetivo son “ Horizontes, Naciones Unidas y Manos Amigas, El Club de la Vida”.-

2. A la pregunta formulada; como oyente frecuente de la emisora Ubalá 107.8 FM Estereo ¿qué programa en especial de los que escucha a diario le impacta o le llama la atención?, las respuestas variaron de la siguiente manera:

- Servicio Comunitario porque informan a la comunidad.-
- Sintonía con Dios porque fortalecen la fe.-
- Amor y sentimiento porque la música hace recordar momentos felices.-
- Cantar Campesino porque colocan música bonita.-
- Una Ranchera y un Vallenato porque alegran al pueblo.-

3. A la pregunta formulada ¿en qué diferencia usted la emisora Ubalá 107.8 FM Estereo de las demás emisoras de la Región del Guavio?, los encuestados respondieron:

- Tiene programación mixta (cultura, información, formación cristiana).-
- Porque las otras emisoras tienen otra programación.-
- Por la voz de los locutores.-
- Se enfoca mucho a la religión, rezan mucho.-
- Porque la mayor parte de la programación es musical y hay pocos comerciales e información.-
- Por los locutores y tipo de música.-
- Los locutores tienen una voz horrible y es fácil diferenciarla de las demás.-
- Por que siempre proyecta al municipio (Ubalá esto..., Ubalá aquello..., Ubalá tal..., etc).-

4. A la pregunta ¿qué otro programa radial desearía escuchar en la emisora Ubalá 107.8 FM Estereo? y ¿qué podría aportar usted para la realización de dichos programas?; los encuestados mencionaron:

- Programas educativos y de salud.-
- Programas de interés social.-
- Dedicatorias al aire.-
- Música clásica en el ámbito romántico.-
- Programas de prensa, noticias del tiempo.-

Aportaría en:

- Patrocinio y colaboración económica.-
- Participación como oyente en cada programa.-

- Participar en el programa.-
- Material de música romántica y clásica.-
- Información.-
- Información e ideas productivas.-
- Libros y material didáctico.-

5. A la pregunta ¿Qué sugerencia haría usted para mejorar la programación actual de la emisora Ubalá 107.8 FM Esereo?, contestaron:

- Que cambien a los locutores.-
- Que cambien a los locutores por alguien que tenga experiencia en el medio radial.-
- Que varíen y actualicen la música.-
- Que tuvieran primero que todo un buen locutor, que hablara menos tonterías y sobre todo que fuera mas persona, mas preparado para eso.-
- Que nosotros los comerciantes nos integremos más para apoyarla.-

De esta manera se enriquece la investigación conociendo a fondo a los oyentes, entendiendo sus ideales y aceptando sus sugerencias, para lograr hacer de la nueva programación un proyecto lleno de expectativas que supla las necesidades, sentimientos y gustos de cada uno de los radioescuchas.-

Análisis de la encuesta No. 01 – para los colaboradores de la emisora Ubalá 107.8 FM Estereo.-

Es importante de igual manera conocer el pensamiento de las personas que han entregado su vida a la emisora, conocer a fondo sus objetivos y acrecentar sus ideales por medio de una encuesta como la que se presentará a continuación:

1. Frente a la pregunta ¿cuál es la misión principal de la emisora comunitaria Ubalá 107.8 FM Estereo?, contestaron:

- Mantener intercomunicados a la comunidad de la región y a la vez llevar mensajes espirituales fortaleciendo nuestra fe católica como medio parroquial que somos.-
- Fomentar la integración y participación, que la comunidad tenga un espacio para expresar sus inquietudes, además de contar con un medio que contribuye al progreso de la región.-
- La misión principal es la participación de toda la comunidad, para el desarrollo cultural y evitar el decaimiento o el no funcionamiento de nuestro medio.-

Frente a la pregunta ¿qué objetivos podría plantear usted a 5 años para la emisora?, respondieron los encuestados:

- Alcanzar la mejor audiencia con excelente programación.-
- Además de mejorar el cubrimiento, contar con excelente personal idóneo, contribuyendo así a una mejor programación que satisfaga las necesidades de nuestra audiencia.-
- Convertirla en una verdadera empresa comunitaria con participación de todos.-

Frente a la pregunta ¿qué otros servicios ofrece la emisora comunitaria a parte de su programación musical?, contestaron.-

- Servicio Social, Orientación Juvenil para la comunidad.-
- Información Social, Espiritual y Católica.-
- Magazin, programa de Servicio Social Comunitario, Santo Rosario, etc.-

A la pregunta ¿qué personal colabora con la emisora y cual es su función? Y de igual manera especifique edades y ocupación, todos contestaron:

- Padre William Ortiz Murcia – Director General de la Emisora Comunitaria, Germán Ortiz – coordinador, locutor y oscila entre los 35 y 40 años. Nilson Yamit Romero – control master y locutor, oscila entre 20 y 25 años.
- A la pregunta ¿cuáles son los recursos financieros actuales y previstos de la emisora?, contestaron:
- Alcaldía Municipal de Ubalá, Corpoguavio, Centros Naturistas, Programas Especiales.-
- Administración Municipal de Ubalá, Corpoguavio, Emgesa, Notaría, Hospital San Francisco – Gachetá, Programas Especiales.-
- Emgesa, Corpoguavio, Alcaldía Municipal – Ubalá, Centros Naturistas y comercio en general.-

Ante la pregunta ¿cuáles son los compromisos financieros actuales? – únicamente menciónelos, contestaron:

- Alcaldía Municipal – Ubalá, Centros Naturistas, Programa Amaneceres del Guavio.-

- Administración Municipal, Corpoguavio, Notaría Única, Amaneceres del Guavio, además de avisos ocasionales.-
- Centros Naturistas, Administración Municipal, Comercio, etc.-

Frente a la pregunta ¿la emisora está establecida como organización sin ánimo de lucro?, todos contestaron que sí, ¿por qué?, y contestaron:

- Es una emisora con carácter participativo, lo que significa, que de ser comunitaria no se vaya a cobrar y en este caso todo espacio se cobra.-
- No está encaminada a enriquecer ningún gremio, asociación o particular por ser de carácter comunitario.-
- Porque no está dirigido a engrandecer áreas personales o particulares.-

Frente a la pregunta, como medio de radiodifusión independiente, ¿contribuye al proceso democrático y a una sociedad pluralista?,

Contestaron:

- Efectivamente, ya que no se le niega a nadie el derecho a participar en ella.-
- De alguna manera sí, aunque existe falta de información por parte de la comunidad debido a la apatía e indiferencia respecto al funcionamiento de la misma.-
- Claro, todo el mundo tiene derecho a la participación directa e indirecta de nuestro medio radial de comunicación.-

Frente a la pregunta ¿la emisora permanece independiente de los poderes políticos o comerciales en el municipio?, contestaron los encuestados:

- De los poderes políticos sí, no admitimos por ley el proselitismo político, va en contra de los derechos de medios comunitarios.-
- Claro que sí, puesto que es comunitaria, además de ser una emisora de carácter católico teniendo en cuenta que como tal debe respetar reglamentos impuestos por el Ministerio de Comunicaciones.-
- Sí, porque cuenta con una directiva independiente.-

Con la pregunta; la administración interna de la emisora ¿se encuentra abierta y explicable para los patrocinadores y el personal empleado?, respondieron:

- Claro que sí, haciendo salvedad en algunas cosas que son solo de interés de la emisora.-
- A título personal pienso que falta mas comunicación, aunque sabemos que la dirección general está en manos del sacerdote como cabeza principal de la parroquia.-
- Sí, se trabajan una serie de pautas las cuales el productor escoge como la mas apropiada.-

Frente a la pregunta; La emisora está autorizada para ser financiada por una variedad de fuentes ¿cuáles de ellas puede usted menciona?, contestaron:

- La emisora puede ser financiada por capitales lícitos, ya sean empresas, ong's, cooperativas o sociedades.-
- Según las disposiciones del Ministerio, está autorizada para conseguir recursos privados, comerciales, institucionales, ong's, fundaciones, etc.-
- Todos los que se puedan, comerciales, institucionales, personales, etc.-

Frente a la pregunta; En la emisora comunitaria ¿se ha manejado la promoción y protección de los derechos de las minorías, su diversidad lingüística y cultural?, ¿cómo?, contestaron:

- Se ha tocado muy poco puesto que en la región existen muy pocas minorías.-
- Por ser una región unicultural, con muy pocas minorías, no habido necesidad sin negar derechos de los ciudadanos en general.-
- Con material que hemos recibido del Ministerio de Cultura y Unidad de Radio.-

Con relación a la pregunta; Dentro de la programación habitual, ¿cómo se ha llegado a promover el talento creativo y las tradiciones locales del municipio?, contestaron:

- Invitando a diferentes grupos musicales propios de la región del Guavio (playoneros, rítmicos, juventud campesina, etc).-

- Se les da participación en eventos especiales y se han invitado a algunos grupos artísticos, aunque pienso que hace falta mucha más promoción.-
- Abriendo espacios al público en general, en cuanto a eventos y programas especiales.-

Frente a la pregunta, Dentro de la administración de la emisora ¿se ha llegado a discriminar la programación y los métodos laborales en las actitudes y prácticas internas?, contestaron:

- Es lógico que se deben seguir algunas pautas y reglas establecidas previamente por el Ministerio y la Directiva.-
- Por ser católica hay algunas restricciones en ciertos temas aunque no en gran medida.-
- Se han eliminado programas que van en contra de los principios morales y éticos de nuestro medio.-

Frente a la pregunta ¿se reconoce el derecho a los trabajadores y se proveen condiciones de trabajo satisfactorias tanto para el personal pago como para el voluntario? ¿cómo?, contestaron:

- Dando y ofreciendo participación y estudiando su capacidad de producción.-
- En este momento no por tener escasos recursos, aunque el esfuerzo del padre es satisfacer este derecho en gran medida.-

- Sí pero sujeto a los ingresos con que cuenta la emisora, ya que no es un medio privado de comunicación.-

Con relación a la programación se preguntó ¿se ha tenido un compromiso en prever acceso a capacitación y generación de espacios para la participación?, contestaron:

- Sí, es lógico aunque no contamos con recursos suficientes para tal efecto.-
- Que yo sepa no, pero tengo entendido que hay disponibilidad para hacerlo.-
- Se está trabajando en la capacitación del personal en el Centro de Producción Radial en el municipio de Zipaquirá.-

A la pregunta ¿Se estimula la innovación en programación y tecnología apropiada?, si se realiza ¿cómo lo hacen?, contestaron:

- Con la adquisición de equipos y programas de producción.-
- Creo que no, de pronto por falta de recursos o personal apropiado.-
- Sí, mediante seminarios a los cuales asiste el personal de la emisora (ARCA) Radio Católica.-

¿Estimulan y realzan el desarrollo, entretenimiento y variedad de opiniones para enriquecer el flujo de información de sus oyentes?, los encuestados contestaron:

- Sí puesto que no se le niega el derecho a nadie a opinar sobre nuestros programas.-
- Aunque es difícil tener contenidos a todos los oyentes, se trata de alguna manera de hacer realidad por completo esta tarea.-
- Por medio de sondeos de audiencia la comunidad opina sobre los programas y con base en esto se cambian o continúan.-

Ante la pregunta ¿buscan informar honestamente a través de programas noticiosos elaborados con una pluralidad de fuentes?, contestaron:

- Obviamente, ese es el objetivo.-
- En los programas que manejo se tocan diferentes temas por lo cual recurrimos a diversas fuentes.-
- Si puesto que hay revistas musicales que tratan diversidad de temas.-

Frente a la última pregunta del cuestionario ¿qué mecanismos se utilizan por usar la comunicación para desarrollar una mayor comprensión y unidad entre las personas?, respondieron:

- Lenguajes propios de la región, además establecer el grado de conocimiento de las personas que nos escuchan.-

- No se utilizan mecanismos específicos ya que no hay una política dirigida y establecida para este fin.-

Con este último cuestionario dirigido a los colaboradores de la emisora comunitaria, se ha dado por terminado el resultado del trabajo de campo recogido para sustentar la influencia de la emisora Ubalá 107.8 FM Estereo en los oyentes.-

CAPITULO V

5.1 PLANEACION ESTRATEGICA PARA PROYECTAR EL DESARROLLO Y LA PERMANENCIA ACTIVA DE LA AUDIENCIA EN LA RADIO COMUNITARIA UBALÁ 107.8 FM STEREO

A continuación encontrará algunas propuestas importantes para lograr atraer y mantener la audiencia.-

- Llegar a la búsqueda del desarrollo social y cultural de los oyentes, como un pacto que se establece entre la emisora y la ciudadanía con miras a plantear claramente las políticas y mecanismos de participación, para que la emisora cumpla el fin social para el cual fue creada y la ciudadanía ejerza su legítimo control y aporte sobre ella. Así mismo visibiliza la función social del medio y evidencia su legitimidad.
- El nuevo estilo facilitará el cumplimiento de los objetivos, la misión y la visión con las cuales fueron creadas y adjudicadas las emisoras comunitarias. Además, para que se constituyan en el punto de convergencia donde se adaptan las normas a las necesidades y expectativas locales, pasando de la imposición al compromiso y a la operatividad de dichos postulados en el ejercicio radial.
- Se busca dinamizar y consolidar las prácticas para democratizar la palabra en la emisora comunitaria, lo cual significa ofrecerle a los diversos colectivos, comunidades e individuos, los mecanismos de participación que les posibilite expresarse e integrarse a los proyectos de esta estación radial.
- Es necesario definir con claridad y precisión, las políticas de trabajo intersectorial de las diversas instituciones y organizaciones sociales presentes en el municipio en los ámbitos público y privado.

- Estas herramientas contribuyen a la sostenibilidad social de la emisora, a la formación y presencia ciudadana (en sus ámbitos político, económico y cultural) porque permiten el uso y beneficio del medio comunitario por parte de los sectores sociales, porque se promueve la construcción y ejercicio de lo público sobre el interés personal, al impedir la consolidación de monopolios en la programación, la información y la administración.
- Los principios de la emisora comunitaria se deben respetar pues con la espiritualidad cristiana se trabaja en la construcción de una sociedad con la ética fundamentada en los *mandamientos de la ley de Dios y en el evangelio de Jesucristo*. Es necesario recordar que la emisora Ubalá 107.8 Fm Estereo promueve el anuncio del evangelio como un servicio en la construcción de una comunidad justa y solidaria.-
- Ubalá 107.8 Fm Estereo debe promover de manera integral el desarrollo de las personas, los grupos y su calidad de vida, es importante mantener vivo este objetivo para fortalecer las expresiones culturales de la comunidad y para que se conviertan en un instrumento constructor de cultura. Se deben propiciar espacios de participación y concertación con respeto al pluralismo y sin perder su autonomía, de igual forma es necesario promover las relaciones de la sociedad civil y las instituciones del Estado para que favorezcan la participación ciudadana y democrática según la Constitución Política de Colombia.

ASPECTOS IMPORTANTES

Responsabilidad Social

La emisora comunitaria deberá promover todos los procesos que favorezcan la búsqueda y expresión de la verdad, además de los siguientes:

1. Mantener una responsabilidad social frente a sus audiencias en cuanto a los contenidos.-
2. Construir la paz y propiciar la solución pacífica de conflictos que apoyen la reconstrucción del tejido social.
3. Reconocer y promover los diferentes procesos, identidades y expresiones culturales conforme a lo promulgado en la constitución política de Colombia.
4. Respetar la legalidad del Estado Colombiano y las normas de la diócesis de Zipaquirá.

Sostenibilidad

Serán responsables de la sostenibilidad de la emisora comunitaria: el Estado, la parroquia la Inmaculada Concepción de Ubalá, grupos apostólicos, las diversas instituciones que funcionan dentro del municipio y cada uno de los oyentes comprometidos con ella.

Trabajo en Equipo

Quienes desarrollen los proyectos comunicativos de la emisora, deberán trabajar en equipo con las diversas instituciones que participan a diario como el Ministerio de Comunicaciones y Cultura, Red diocesana de emisoras, junta de programación y con la misma comunidad.

Promoción Humana

Es importante dentro de la planeación de las estrategias tener en cuenta el desarrollo integral de las personas, de las familias y de las comunidades, privilegiando a los más necesitados, la emisora debe favorecer y apoyar todos los eventos e iniciativas que mejoren la calidad de vida que permitan dar iniciativa al respeto de la vida y la dignidad humana.

CONCERTACIÓN DE ESTRATEGIAS:

Es importante tener bien claro las pautas básicas para la aceptación de los proyectos de producción radial que se tejan alrededor de las nuevas estrategias, entre ellas podemos citar:

1. Estar ajustado a los principios y políticas del proyecto comunicativo de la emisora y acorde con los objetivos del servicio comunitario de radiodifusión sonora.
2. Presentar un perfil de proyecto de la producción: objetivo, justificación, temática, responsable, metodología, horarios de emisión y grabación, financiación, audiencia, requerimientos técnicos, criterios de evaluación, duración del proyecto; presentar una proyección de los programas a emitir y un programa piloto.
3. Ser evaluada y aprobada por la junta de programación. (Se establecerán los criterios de evaluación: participación, organización, antecedentes del grupo o persona que presenta la propuesta, verificación de la sustentabilidad social, ambiental y económica).

4. Comprometerse a respetar los horarios de la pauta de la emisora.
5. La autonomía de la emisora podrá disponer del espacio cuando las actividades comunitarias lo requieran.
6. Los proponentes de programas deberán tener un nivel básico en producción radial y/o la emisora garantizará esta formación.
7. Asumir el código de ética y el manual de estilo.
8. No utilizar lenguajes excluyentes en la realización de los programas.

Acerca de la música

1. Se promoverá la difusión de los diferentes géneros musicales, que aporta a los procesos de convivencia y reconocimiento del otro y al respeto por la persona humana.
2. Frente a los contenidos excluyentes y problemáticos de las canciones se debe contextualizar.
3. En la elaboración de programas, se exigirá la investigación de géneros, historias y contextos de las músicas.
4. Se abrirán espacios a los músicos locales o regionales.
5. A través de Ubalá 107.8 Fm Estereo se promoverán programas musicales en vivo.-

Protección del Derecho a la Diferencia:

1. En la emisora comunitaria se realizarán programas que identifiquen y den a conocer las características de las diversas tendencias culturales que se encuentran en el contexto local, ya sean de origen rural o urbano, nativas o extranjeras.
2. En la programación se resaltarán mensajes que reconocen a la diferencia como punto de partida para la construcción de ciudadanía y como oportunidad de diálogo intercultural.
3. En Ubalá 107.8 FM Estereo no se utilizarán lenguajes que discriminen por opción sexual, credo, condición social o cualquier tipo de limitación (física, psíquica y sensorial).
4. Se fomentará el respeto a la diferencia al interior del equipo de trabajo de la emisora.
5. Se abrirán espacios de participación para discutir y concertar la construcción de políticas públicas en comunicación y en cultura.
6. Se estará en relación constante con otros sectores culturales y medios de comunicación, para alimentar y fortalecer la calidad de las producciones desde sus propios saberes y prácticas.
7. Se adelantarán campañas y actividades que fortalezcan las identidades culturales y el sentido de pertenencia en las comunidades.

8. Se retomarán y utilizarán experiencias o vivencias de los habitantes para el desarrollo de los contenidos.
9. Se dará espacio a las comunidades que tienen pocas oportunidades de expresión en los medios masivos como jóvenes, tercera edad, mujeres y niñez.
10. Se construirán redes temáticas entre organizaciones que permitan el intercambio, la interlocución y las posibilidades de brindar a las audiencias diversas visiones.

Formas de Participación para involucrar a distintos sectores de la Comunidad en la realización de nuevos Programas:

- . En las emisoras comunitarias se puede participar directamente haciendo parte de la programación a través de un espacio o como miembro de la junta de programación. Se participa indirectamente, como audiencia o la asistencia a actividades comunitarias que organice la emisora esporádicamente.
- . Se crearán comités y juntas de programación con representación de las comunidades.
- . Se harán convocatorias públicas periódicamente para que las personas y grupos interesados se acerquen a la emisora. De esta manera se hace un proceso de socialización y se fomenta el sentido de pertenencia hacia la emisora.
- . Desde la programación se promoverán los objetivos de la emisora para que ésta sea entendida como escenario de lo público.
- . Se promoverá y conformará clubes de audiencias.

Criterios para la Realización de Programas donde se tengan en cuenta los Derechos de la Infancia en la Emisora Ubalá 107.38 Fm Estereo.

- Educar en valores, principios y derechos a los niños. También en el reconocimiento de su contexto social y explorar las maneras en que esta población puede aportar al desarrollo social de su localidad.
- Formación de audiencia sobre lectura crítica, lenguaje de medios y sentido de la información.
- Reconocer la ciudadanía infantil.
- Promover campañas contra el maltrato y el abuso a la niñez.
- No violar el derecho a la comunicación y a la ciudadanía que tiene la niñez.
- Los programas infantiles deberán respetar las formas de expresión propias del universo infantil.
- Realizar programas orientados a los adultos con énfasis en defensa de derechos de la niñez.
- No ridiculizar ni minimizar ni comercializar a la niñez en la producción radial.
- Gestionar ante las autoridades pertinentes la inclusión en el currículo escolar, la educación en radio y otras tecnologías de la información.
- Reconocimiento de los gustos, preferencias y necesidades comunicativas de la audiencia infantil.

Pautas para evitar la discriminación por etnia, género o condición social:

- No discriminar por carecer de título profesional de la comunicación o en periodismo o por la formación empírica, a programadores y voluntarios de la emisora.
- No discriminar por raza, creencia o condición social. Se evitará todo estereotipo racial, étnico y sexual.

- Uso del lenguaje que no atente contra la identidad.
- Igualdad intelectual o afectiva en el abordaje de temas que hacen referencia a las diferencias entre hombre y mujeres.
- Ubalá 107.8 Fm Estereo fomentará la realización de programas que promuevan la tolerancia, aceptación y aprecio de las diferencias.-

Formas de involucrar a la población desplazada y el tratamiento de la información sobre este tema:

- Promover la reflexión sobre esta problemática.
- Estimular los procesos organizativos de población desplazada.
- Promover programas y actividades en contra de la discriminación y el desconocimiento de la población desplazada.

Formas de comprometerse en el cuidado y preservación de la naturaleza que garantice el entorno para las próximas generaciones:

- Organizar y apoyar campañas de sensibilización sobre las problemáticas medio ambientales del contexto local.
- Promover información que exponga las posibilidades de conservación y aprovechamiento de recursos naturales y el medio ambiente en general.
- Educar sobre la importancia de reciclaje para la sostenibilidad medioambiental.
- La educación medioambiental se realizará a partir del desarrollo de actitudes críticas y el conocimiento de las relaciones con el entorno natural.
- Crear espacios de discusión sobre la relación con el medio ambiente y el desarrollo sostenible.
- Hacer parte de Comités de Prevención y Atención de Desastres.

Características de un hecho para considerarlo noticioso:

1. El tema debe ser de interés general y no particular.
2. La información local tiene primacía. La información regional, nacional y mundial, se contextualizará para dar mayores elementos de análisis a la audiencia.
3. Los hechos de la realidad que signifiquen variaciones y cambios, positivos como negativos en la comunidad se reconocen como informaciones prioritarias para el medio.
4. Las informaciones que son actuales y puedan ser actualizables se consideran como hechos noticiosos esenciales para la comunidad.
5. Los temas que se identifiquen con los intereses, problemas, propuestas y sueños de las comunidades.
6. Es deber de la emisora hacer seguimiento a los hechos que han sido noticia.

Criterios para atender la diversidad de géneros en la programación:

- Legitimar y enriquecer los diálogos entre la audiencia y los realizadores a través de la producción de programas con diversas formas de narrar acudiendo a los géneros radiales (dramatizado, informativo y musical).
- El uso de varias herramientas narrativas dentro del formato elegido, con el objetivo de dinamizar y hacer más variado el programa.

Manejo de información en programas dirigidos a grupos por edad:

1. Conocer y diferenciar los horarios de programación según el tipo de audiencia.
2. Reconocer los gustos, necesidades y temáticas de interés de cada grupo de edad de la población.
3. Pluralidad de personajes e historias en las narrativas radiofónicas, que cuenten la realidad de dichas audiencias.
4. Tener en cuenta en toda la programación los lenguajes propios de cada grupo de edad (palabras, significados, ritmos, entonaciones y ambientes).
5. La participación de las audiencias en la construcción de la programación y los contenidos, a través de encuestas, grupos de discusión, llamadas telefónicas y encuentros locales temáticos.

PUBLICIDAD Y FINANCIACION

Criterios para aceptar o rechazar pauta publicitaria:

1. Que no atente contra los principios del proyecto comunicativo y se encuentre dentro de las exigencias legales vigentes.
2. Que no esté en contra del bienestar físico, mental o moral de la comunidad.
3. Darle prioridad a los productos de la región.

4. Exigir registro legal e investigar la procedencia de los productos alimenticios y de salud.
5. Que no tengan ningún tipo de proselitismo político y religioso.
6. La publicidad no debe promover el engaño de ningún tipo
7. Tendrá prioridad toda aquella pauta publicitaria que apoye campañas de proyección social, ayuden a la prevención y solución de los problemas de la comunidad.
8. Investigar la procedencia y fines del objeto publicitario.

Elementos a considerar en los mensajes publicitarios:

- Manejo de lenguaje radial adecuado. (estética sonora).-
- Que no desacredite a otros productos, servicios y bienes.
- Credibilidad, veracidad y claridad.

Criterios para diferenciar la publicidad y la propaganda:

- Propaganda. Son aquellos mensajes que promueven ideas y conceptos para la construcción de ciudadanía, análisis, opinión, sensibilización y formación de público.
- Publicidad: Mensajes que promociona bienes y servicios, con el fin de atraer y retener clientes o consumidores de un producto.

Criterios para programar pauta publicitaria:

- La pauta debe ser novedosa y objetiva
- Sincronizada con los horarios y programación de la Emisora
- Mantener la estética y perfil de la emisora en su producción.
- Tener claro cuál es la audiencia a la que llegará el mensaje

Lineamientos sobre la relación emisora y anunciantes:

1. Independencia de la emisora con respecto a su programación.
2. Tener una parrilla de programación modelo.
3. Escuchar las sugerencias del cliente o dueño del producto a publicitar
4. Los clientes deben acogerse a lo establecido en el manual de estilo de la emisora.
5. Equidad en el acceso y contratación de los espacios publicitarios.

5.1 PLANTEAMIENTO DEL PERFIL DE LA AUDIENCIA

Teniendo en cuenta el resultado del estudio realizado en las encuestas, podemos citar los siguientes puntos de vista sobre el perfil de la audiencia investigada, así:

1. Los encuestados dieron a conocer diferentes estados de ánimo (románticos, polémicos, investigadores, multifacéticos, etc.).-
2. Describieron sus comportamientos y gustos.-
3. Comprenden el papel que juega la radio y en relación a las distintas facetas y aspectos de su vida.-
4. Entienden las profundas razones que los mueve para convertirse en oyentes de esta emisora.-
5. Conocen a fondo la relación que mantienen con este medio radial.-
6. Relacionan lo que escuchan con lo que ellos piensan, con lo que les gusta lo comparan , o quizás se sienten confrontados y se distancian.-
7. Hay oyentes cautivos y otros que les importa construir relaciones comunicativas con la gente que los rodea por que les permite pensar y procesar lo que el locutor propone.-

5.2 PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN PARA LA EMISORA COMUNITARIA UBALÁ 107.8 FM STEREO

5.2.1 Modelo de Guión para el nuevo Programa Radial

El modelo de guión que a continuación observará está representado en un esquema de identificación de la nueva programación que se sugiere para este medio radial, donde se incluye la importante labor, funciones y acciones que deben seguir a la perfección los locutores o colaboradores permanentes de la emisora, para lograr atraer cada vez mas a la audiencia.-

ÁREA 1: IDENTIFICACIÓN

Medio Radial:	107.8 UBALA FM STEREO
Nombre del Programa:	Cuidemos la salud de nuestros hijos
Duración:	60 minutos
Dirección General:	Padre William Ortiz Murcia
Dirección del Programa:	Elizabeth Pedraza Gómez
Producción y Programación:	Elizabeth Pedraza Gómez
Tema del día:	La Tos en los Niños
Fecha y Hora de Emisión:	Año: <u>05</u> Mes: <u> </u> Días: Lunes, Miércoles y Jueves de 02:00 a 02:30 p.m.

AREA 2: FUNCIONES

AREA 3: ACCIONES

CONTROL:	AUDIOTIPO DEL PROGRAMA 10 Seg.
Elizabeth:	Saluda, presenta y anuncia titulares; 30 Seg.
CONTROL:	PRIMER CORTE COMERCIAL – DOS CUÑAS DE 2 Min.
Elizabeth:	Lectura del primer tema “Cómo prevenir la tos en los niños” 3 Min.

- CONTROL:** CORTINA MUSICAL 3Min.
- Elizabeth:** Lectura “Métodos mas frecuentes utilizados por las madres 4 Min.
- CONTROL:** SEGUNDO CORTE COMERCIAL – DOS CUÑAS DE 1’30.
- Elizabeth:** Respuestas sobre el tema a cartas enviadas por el oyente 2 Min.
- CONTROL:** TESTIMONIO PREGRABADO SOBRE EL TEMA POR EL MEDICO DEL HOSPITAL MUNICIPAL – 5 Min.
- Elizabeth:** Concluye tema pregrabado del Doctor Carlos Fuentes – 1 Min.
- Oyente en Línea:** Martha en la línea telefónica agradece la atención del medio radial en dejarla participar y agrega que ella en varias ocasiones ha utilizado métodos caseros para minimizar la tos en sus niños pero con pocos resultados, finaliza agradeciendo al doctor Carlos Fuentes y le recomienda participar mas a menudo en este maravilloso programa preventivo – 5 Min.-
- CONTROL:** AUDIOTIPO DE DESPEDIDA – 10 Min.

Consecutivamente se elaborarán los programas con el orden que se estime y en coordinación con las entidades que hasta el momento han participado con los compromisos comerciales.-

De igual forma cada entidad hará llegar a la emisora su objetivo principal para realizar y montar el nuevo programa bajo la supervisión principalmente del director de la Emisora.-

Para cumplir los requisitos anteriores, es necesario citar los modelos de programas que cada entidad llevará a cabo con el objetivo principal de hacer participe a la comunidad cumpliendo así con los objetivos planteados en la presente propuesta.-

Entidades que participarán activamente en la realización de la nueva programación radial para el medio Ubalá 107.8 Ubalá FM Estereo:

1. **Batallón de Ingenieros No. 13 Antonio Baraya:** Su participación en la radio es fundamental ya que es una de las instituciones mas importantes del municipio de Ubalá, gracias a ellos el orden público, la organización y aseo del municipio ha progresado a pasos agigantados. Ellos contarán con un espacio radial donde podrán dar participación a la comunidad mediante sus habituales cuñas que concientizan a la población, llamadas del oyente sobre como evitar el secuestro, la extorsión, el asesinato, etc. En este programa estará abierta una línea telefónica para que la comunidad participe dando a conocer sus inquietudes, información sobre actos delictivos y de esta manera se pueda evitar tragedias o sucesos fatídicos que suelen ocurrir en el municipio. Cuando se calla la información se calla la posibilidad de ayudar a salvar vidas y generalmente sucede esto por que se tiene temor a que estos grupos subversivos atenten contra la vida de quien informa son los declaran objetivo militar.-

Este programa tendrá un espacio de 30 minutos cada día sábado de 2 a 3 de la tarde, bajo la coordinación de un suboficial encargado por el Batallón y preparado especialmente con temas sobre secuestro y salubridad municipal.-

2. **La Policía Nacional:** Dentro de los programas que adelanta la Institución de la Policía Nacional tenemos el de la Policía Juvenil en donde participan directamente los niños que oscilan en edades entre 10 a 18 años de edad, este programa ha sido organizado con el objeto crear dentro la comunidad Policías o Guardias de seguridad organizados por barrios, veredas o sectores. Su participación se enfocará mediante un programa que involucre a los niños; será supervisado y coordinado por un agente de policía ya sea Auxiliar de la Policía, Patrullero, o el Comandante de la Estación del municipio.-

Tiene como labor principal incentivar por medio de la radio a los niños y jóvenes para que perteneciendo a la Institución informen anomalías, personas extrañas o sospechosas, objetos poco comunes, etc.-

Este programa será creado en un espacio de 2 horas semanales, donde se inculcará inicialmente la visión, misión y objetivos principales de la Institución frente a la salubridad del municipio de Ubalá, los niños se harán partícipes por medio de llamadas o participación directa desde el estudio de radio donde se emite el programa.-

3. **Hospital Regional San Francisco Gachetá:** Como es una entidad de salud adscrita para prestar sus servicios de salud a los municipios de Gachalá, Gama, Ubalá, Junín, Sueva y Gachetá, cumple un papel muy importante dentro de los habitantes del bajo Guavio frente a la radio. El hospital adelantará programas como nutrición, lactancia materna, cuidados esenciales para la futura madre, prevención de accidentes, como evitar enfermedades como VIH – SIDA, hepatitis, bronquitis, etc, entre otros; para tal efecto se puede crear un programa dirigido a la comunidad donde participen los oyentes como ¿de qué tema desearía tener

información?, “llame”, estaremos atentos a contestar sus inquietudes, o también podría darse una nueva opción como, escribanos a la emisora comunitaria Ubalá 107.8 FM Estereo y nosotros en cada programa esclareceremos todas sus dudas. Todos los días se abriría una polémica sobre como manejan el tema los oyentes en sus casas, qué pueden hacer para reforzar sus conocimientos sobre el tema y que hacer para evitar que suceda.-

Este programa se puede alternar con intermedios musicales para hacer mas ameno este espacio radial y se podrá utilizar un espacio de 1 hora cada tercer día incluyendo los días domingos y festivos.-

4. **Alcaldía Municipal de Ubalá:** Las alcaldías y en especial la del municipio de Ubalá (Cund.) siempre cuentan con un espacio no menor de 30 minutos y al medio día, para dar a conocer los programas o proyectos que vienen ejecutando durante la actual administración, este programa siempre ha sido supervisado y emitido por un funcionario de la alcaldía, mas exactamente por el coordinador del departamento de comunicaciones, cultura y deporte del municipio. En este caso la única participación de la comunidad sería mandando cartas al programa donde disipen quejas, reclamos o sugerencias por parte de alguna dependencia de la alcaldía.-
5. **Notaría Única de Ubalá y Juzgado Municipal:** Estas dependencias al igual que la alcaldía participan en el informativo de medio día, emitiendo edictos emplazatorios o generales que den a conocer las actividades a realizarse en estas dependencias. Siempre hacen uso de 15 o 20 minutos semanales para dar a conocer las informaciones de manera clara y eficaz. La comunidad participa de igual manera como lo hacen en el programa de la Alcaldía Municipal, aunque no tienen mucha participación, lo pueden

hacer preguntando si existe alguna duda sobre los edictos o actividades que realicen estas do entidades dentro del municipio.-

6. **Registraduria del Estado Civil:** Esta entidad se puede encargar de un espacio radial de 20 minutos semanales emitiendo un programa donde se dé solución a las inquietudes de los oyentes con relación al diligenciamiento de documentos como cédulas, tarjetas de identidad, registros civiles de matrimonio, defunción o nacimiento. Con esta información los oyentes podrán participar por medio de llamadas telefónicas dando a conocer sus reclamos o sugerencias en cuanto al servicio que esta entidad del Estado presta en el municipio.-
7. **Corpoguavio (Corporación Autónoma del Guavio):** Esta entidad destinará un espacio cada ocho días, los días miércoles y con una duración de 60 minutos donde den vía libre a los oyentes por medio de un programa magazín donde se enseñe al agricultor, mas específicamente, las técnicas, usos y manejo adecuado de los cultivos que brindan las tierras del municipio de Ubalá.-
8. **Centros Naturistas:** En todo medio radial es importante tener en cuenta los gustos y preferencias de todas las personas, en este caso específico existen oyentes interesados no solo en mantener su salud sino en evitar al máximo las enfermedades, muchos de ellos se identifican con la medicina naturista y es importante crear un espacio dedicado a ellos para los efectos de audiencia que necesita nuestra nueva imagen de programación.-

Estos centros de medicina alternativa contarán con un espacio radial no mayor de 25 o 30 minutos en donde contarán con el apoyo de

correspondencia enviada para mantener una base del tema cada vez que se emita el programa y los días que se dedicará para este programa serán viernes, sábado y domingos en las horas de la tarde y como los programas anteriores bajo la dirección y autorización del director general de la emisora.-

9. **El Comercio:** Se pueden vincular extraordinariamente creando cuñas que publiciten sus productos, (las cuñas las pueden crear los comerciantes directamente), dando a conocer variedad, precios, promociones y calidad de sus productos. Esto permitirá generar impacto dentro del mismo gremio, además permitirá diseñar competencias sanas y mejorar la calidad y servicio en sus productos. Contaran con el espacio necesario en la elaboración de cuñas o espacios publicitarios de manera igualitaria los cuales tendrán que generar ingresos económicos para la emisora y lo lógico es que se incremente las ventas en los negocios que publicitan con la emisora comunitaria.-

5.3 ESTUDIO DE PROGRAMACIÓN PROPUESTO COMO MODELO PARA LA EMISORA UBALA 107.8 FM STEREO

HORARIO DE LUNES A VIERNES

MAÑANA:

5:00 a.m. a 5:05 a.m.:	Oraciones para cada día tomadas del libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO y supervisado por el director de la emisora Padre William Ortiz.-
5.00 a.m. a 7:00 a.m.:	Magazín para los campesinos, revista musical con un contenido de coplas, poesía, temas del campo y la agricultura, notas curiosas de farándula nacional y local (temas estudiados y clasificados con anterioridad por el locutor).-
7: 00 a.m. a 8:00 a.m.:	Informativo matutino (local, departamental, nacional).-
8:00 a.m. a 8:30 a.m.:	Programa Naturista Programa de Salud según pauta publicitaria.-
8:30 a.m. a 10:00 a.m.:	Programa del Ministerio de Cultura – se utilizan cassettes diferentes en cada emisión por orden y resolución del Ministerio de Comunicaciones).-
10:00 a.m. a 12:00 a.m.	Magazín musical con intermedios de un tema supervisado por alguna entidad colaboradora.-

12:00 a.m. a 2:00 p.m.	Informativo a nivel local, intermunicipal, departamental y nacional (material soportado y actualizado que de credibilidad a la audiencia ya sea prensa o Internet, identificando durante el programa las fuentes de información.-
TARDE:	
2:00 p.m. a 4:00 p.m..	Programa dirigido por la Policía Nacional, dando autorización para la emisión del contenido, clasificado y estudiado con anticipación por el director o controlador de programación y dando participación a la comunidad .-
04:00 p.m. a 6:00 p.m..	Programa dirigido por una de las instituciones recreativas del municipio, de igual manera el contenido del mismo debe ser estudiado y clasificado para su emisión, que contenga un alto contenido de participación comunitaria .-
6:00 p.m.. a 7:00 p.m.:	Especial de radio revista romántica, donde se de participación a los oyentes por medio de llamadas al aire, con un contenido sano de saludos en particular y dedicatorias a las personas que cumplen años.-
7:00 p.m. a 7:30 p.m.:	Programa con la participación del Batallón Baraya, con el objeto de concienciar a los jóvenes a participar en las filas del ejército, este

programa deberá tener una participación del oyente fuente primordial de la programación.-

7:30 p.m. a 8:00 p.m.: Sería bastante innovador terminar la programación diaria, con un programa de reflexión sobre los quehaceres diarios, dando entrada a la participación comunitaria

8:00 p.m.: CIERRE DE LA EMISIÓN

HORARIO DE SABADO

MAÑANA:

7:00 a.m. a 8:00 a.m.: En Familia – Minutos de Amor (Programa realizado por el padre con oraciones diarias tomadas del libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO y contenido religiosos (así lo dispone la Diócesis de Zipaquirá).-

8:00 a.m. a 11:00 a.m.: Programación musical (se pueden incluir concursos para darle participación a la comunidad).-

11:00 a.m. a 12:00 m: Informativo local por parte del Juzgado Promiscuo y Notaría Única de Ubalá.-

TARDE:

12:00 m. a 2:00 p.m.:	Informativo a nivel local, intermunicipal, departamental y nacional (material soportado y actualizado que de credibilidad a la audiencia ya sea prensa o Internet, identificando durante el programa las fuentes de información.-
2:00 m. a 4:00 p.m.:	Programa con participación de alguna entidad oficial del municipio, guiados siempre por la clasificación de los temas para su correspondiente emisión y desde luego dándole participación a la comunidad.-
4:00 m. a 6:00 p.m.	Este lapso del horario se debería dedicar a la presentación de grupos locales o regionales que permitan recobrar el tradicionalismo de las gentes de la región – (con el correspondiente estudio sobre los temas para su emisión).-
6:00 p.m. a 8:00 p.m.:	Emisión de un programa que permita recordar la época de nuestro abuelos, participación de la comunidad adulta para que nos participen sus experiencias y soliciten por vía telefónica las canciones que los hacen recordar tiempos que ya pasaron.-
8:00 p.m.:	CIERRE DE LA EMISIÓN

HORARIO DE DOMINGO Y FESTIVOS

MAÑANA:

- 8:00 a.m. a 8:15 a.m.: En Familia – Minutos de Amor (Programa realizado por el padre con oraciones diarias tomadas del libro MINUTOS DE AMOR CON JESUCRISTO) determinado así por la Diócesis de Zipaquirá.-
- 8:15 a.m. a 10:00 a.m.: Un programa dirigido por la Policía Nacional con el material listo para su evaluación y autorización para la emisión con participación comunitaria.-
- 10:00 a.m. a 12:00 m.: Santa Misa de sanación, transmitida por la emisora, para los enfermos, los presos y los cautivos, designado así por la Diócesis de Zipaquirá.-
- 12:00 m. a 2:00 p.m.: Informativo a nivel local, intermunicipal, departamental y nacional (material soportado y actualizado que de credibilidad a la audiencia ya sea prensa o Internet, identificando durante el programa las fuentes de información.-
- 2:00 a.m. a 4:00 p.m.: Especial Llanero (Programación y animación de música llanera con participación comunitaria).-

4:00 p.m. a 6:00 p.m.: Programa dedicado a la emisión de clasificados donde participa la comunidad ofreciendo artículos para la venta o compra, lo anterior se puede realizar por medio de cartas o llamadas al oyente con el objeto de darle a sí participación a la comunidad. Se puede alternar la información con músicaailable.-

6:00 p.m. a 7:30 p.m.: Emisión de un programa que permita recordar la época de nuestro abuelos, participación de la comunidad adulta para que nos participen sus experiencias y soliciten por vía telefónica las canciones que los hacen recordar tiempos que ya pasaron.-

7:35 p.m.: CIERRE DE LA EMISIÓN

El modelo anterior de Programación Propuesto anteriormente y que usted ha podido conocer, se ha diseñado como ejemplo de realización de la nueva programación. Cabe anotar que incluye pauta publicitaria, apoyo financiero de las entidades participantes y aprobación de la Iglesia para la realización del mismo.-

Sólo se podrá poner en funcionamiento cuando la presente propuesta de investigación sea aprobada por la Iglesia la Inmaculada Concepción de Ubalá y la Dirección General de la Diócesis de Zipaquirá. Sólo de esta manera estaría lista para ser estudiada en grupo por las entidades y comunidad en general y de igual forma por la proponente de la presente investigación.-

Para finalizar, es importante reconocer la percepción que tuvo la población a la cual nos dirigimos durante el transcurso de la investigación de este proyecto, acerca del tema de cómo podemos cambiar, mejorar y participar en una programación diferente en nuestra emisora comunitaria Ubalá 107.8 FM Estereo, además, el significado social fue imprescindible a la hora de elaborar estrategias educativas diferentes que permitieran diseñar las maneras de influir en sus ideas y comportamientos para dar cabida a la participación constante de la comunidad del municipio de Ubalá dentro de esta importante radio comunitaria.-

CONCLUSIONES

Para finalizar el presente trabajo, es importante retomar el papel que ha jugado la radio comunitaria como medio comunicacional diferente, democrático y participativo durante todo este proceso de investigación; su esencia no solo a estado en la forma de transmitir, sino fundamentalmente en las posibilidades de aportar contenidos y mensajes para la construcción de una nueva sociedad en este municipio.-

Nuestros actos comunicativos son actos pedagógicos porque siempre buscamos la mejor forma de expresarnos para que nuestro interlocutor nos entienda y convencerlo de nuestro argumento.-

Se han cumplido los objetivos propuestos en el presente proyecto de investigación, construir por medio de aportes educativos, una propuesta de programación diferente para la emisora comunitaria, que supere la marginalidad y capte audiencias masivas, se abrieron auténticos espacios para el debate y la polémica en un ambiente pluralista, se impulsó una política de autofinanciamiento convirtiendo a la radio comunitaria en empresa social rentable.-

Además de lo anterior, se logró construir una radio comunitaria dinámica, fresca, colorida, enraizada en la vida de nuestra gente, que defienda sus valores culturales y su identidad, de esta manera, abrir un camino de esperanza para nuestro pueblo.-

Y para terminar, podemos agregar que se ha cumplido con la meta de convencer a las organizaciones y entidades sociales para que se comprometan a favorecer el

desarrollo de la radio comunitaria en nuestro municipio, aportando sus conocimientos y participando activamente en el medio radial, dando paso principalmente a la participación a nivel individual, social y comunitaria de la población.-

BIBLIOGRAFÍA

ACOSTA, Guillermo. Metodologías Cualitativas de Investigación en Comunicación de Masas – 1991.-

ALFARO, Rosa María. La Interlocución Radiofónica – Unda Al Quito 1994.-

BERNAL GUTIÉRREZ, Martha y PEDROSA URUETA, Amparo. LA RADIO “Un Arco Iris donde la Participación es la Esencia de los Colores” – El Guión – Pag 119.-

DACYNGER, Ken. Libretos “Cómo escribir Comedias, Dramatizados y Documentales para Radio y Televisión” – VOLUNTAD.-

HENAO ARCILA, Diego Fernando. Comunicaciones y Redes Sociales; UNAD - 1998.

LABRADA, Jerónimo. El Registro Sonoro – VOLUNTAD.-

MARTÍN BARBERO, Jesús. El Estudio de la Recepción en Comunicación Social – 1995.-

Ministerio de Comunicaciones – Proyecto de Comunicación – Los Caminos de la Radio Comunitaria –

Municipios al Dial – Formación Municipal en Radios Comunitarias – Hacia La Construcción Colectiva de Modelos Empresariales Solidarios en las Radios Comunitarias.-

QUIJANO REISSNER, Marcela. Directora General de Comunicación Social – Para Hacer Radio - Ministerio de Comunicaciones.-

VITORIA, Pilar. Producción Radiofónica – TRILLOS.-

WWW.Min Comunicaciones.Com.Co.