

ANALISIS DE LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA EN LA EMISORA
YUMBO ESTEREO FM 107

JUAN DE DIOS VIVAS SATIZABAL

UNIVERSIDAD NACIONAL
ABIERTA Y A DISTANCIA
UNAD
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
COMUNICACIÓN SOCIAL COMUNITARIA
CREAD SANTANDER DE QUILICHAO (C)
2004

ANALISIS DE LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA EN LA
EMISORA YUMBO ESTEREO FM 107

JUAN DE DIOS VIVAS SATIZABAL

Trabajo de Grado para optar al título de
Comunicador Social Comunitario

Asesora de Investigación
Lic. Esther Julia Sarria

UNIVERSIDAD NACIONAL
ABIERTA Y A DISTANCIA
UNAD
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
COMUNICACIÓN SOCIAL COMUNITARIA
SANTANDER DE QUILICHAO (C)
2004

AGRADECIMIENTOS

Primero quiero agradecer a Dios, mi Poder Superior, por haber permitido que yo lograra terminar mis estudios y por haberme iluminado para cerrar este ciclo en mi vida.

Quiero agradecer a mi esposa, Alba Genny Rincón González, el ánimo que siempre me brinda para continuar con mis proyectos.

A mis hijas, Irene Alejandra y Laura María, porque con su dedicación al estudio me acicatearon para que yo también terminará mis estudios superiores. Al ser que está creciendo en el vientre de mi esposa porque desde ya me está retando a que continúe en el proceso de engrandecimiento espiritual que significa el estudiar por siempre, sin importar la edad. Con él o con ella podré charlar lo que los adultos ya no quieren oír.

Al personal del Cread de Santander de Quilichao (la licenciada Nerabia y la profesional Viviana) por su comprensión y el entusiasmo que pusieron para que lograra concluir mis estudios.

Al tutor José Fernando Sánchez porque en una tarde sabatina me retó a que saliera de la comodidad de trabajar lo que siempre había hecho y me aventura a investigar lo desconocido.

A la licenciada Esther Julia Sarria porque en buenahora decidió acompañarme y asesorarme en este propósito de terminar mi trabajo de grado.

Al personal administrativo y operativo de la Emisora Yumbo Estéreo.

A todos mil gracias

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	6
1 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN-INTERVENCION	9
1.1 Descripción de la situación problema.....	9
1.2 Planteamiento del problema	12
1.3 Análisis de Programación.....	13
1.4 Justificación	24
1.5 Formulación del problema y preguntas de investigación	26
2 OBJETIVOS.....	27
2.1 Generales	27
2.2 Específicos	27
3 MARCO REFERENCIAL.....	28
3.1 Antecedentes del problema	28
3.2 Marco histórico situacional	33
3.3 Marco jurídico	37
3.4 Marco Conceptual.....	45
3.4.1 Lo alternativo en comunicación	45
3.4.2 Radio Comunitaria	49
3.4.3 Comunidad	51
3.4.4 Participación.....	53
4 MÉTODO.....	56
4.1 Enfoque metodológico de la investigación.....	56
4.2 Diseño de la investigación	58
4.2.1 Contacto con la comunidad.	59
4.2.2 Recolección de información	61
4.2.3 Análisis de la información.....	62
5 ANÁLISIS	64
6 CONCLUSIONES	71
7 RECOMENDACIONES	76

8	EPÍLOGO	79
	BIBLIOGRAFÍA	81
	ANEXOS	83

INTRODUCCIÓN

Amplias franjas de la comunidad históricamente han requerido de sus propios canales para comunicarse, al no tener sus asuntos cabida en los medios comerciales tradicionales que consideran los temas de la cotidianidad como no propiciadores de lucro para sus dueños o del mantenimiento del estatus quo.

Cuando los sectores populares ventilan sus asuntos lo hacen de diversas maneras: desde el mural hasta el perifoneo, pasando por la hoja volante y la *voz de la guadua* tan propia de nuestros pueblos y veredas. El aumento de la población, la tecnología y la necesidad de llegar a más gente ha llevado a que la radiodifusión sonora comunitaria sea una necesidad sentida en la población colombiana.

En mi doble condición de estudiante de *Comunicación Social Comunitaria* en la *Universidad Nacional Abierta y a Distancia* y habitante del municipio de Yumbo siento la necesidad de conocer el proceso de la emisora comunitaria *Yumbo Estéreo 107 FM* para saber hasta qué punto en ella se han aplicado los conceptos de *participación y comunidad* y a partir de ahí poder contribuir a que se cumplan en ella la labor social a que está llamada.

El objetivo de conocer la participación comunitaria en la emisora trasciende el formalismo académico, cuyo empeño es posible lograr gracias a los elementos teóricos que el estudio del programa de Comunicación Social con énfasis en comunidad aporta. La intencionalidad del trabajo tiene que ver con la cultura ciudadana porque interesa saber hasta qué punto los yumbeños se ha apropiado de un medio que fue adjudicado como canal comunitario y que debería de servir como escenario propiciador de una nueva manera de concebir la democracia.

Las emisoras comunitarias adquieren estatuto legal a partir de la nueva Constitución Política de 1991 que establece que el ordenamiento jurídico del país será el de una democracia participativa. Esta es una razón más para conocer el proceso de la radiodifusión comunitaria, pues se pregonaba que es

una de las maneras como la ciudadanía puede ejercer su derecho y deber a la participación.

Saber qué tan cierto era el ordenamiento jurídico para la emisoras comunitarias llevó a que fuera necesario conocer el panorama legislativo de la radiodifusión sonora en nuestro país. El inventario que se logró levantar, el cual está resumido en el *Marco Jurídico* de este documento (3.4), resulta útil para aquellos que quieran ahondar en el tema de la radio, sobre todo para conocer cómo han ido cambiando las motivaciones políticas de nuestros gobernantes en materia de abrir los espacios a la comunidad.

Establecer qué tan participativa era la Emisora *Yumbo Estéreo* llevó a tener que conocer de primera mano esa experiencia, conociendo los relatos de quienes han estado involucrados, pues no hay sistematización del proceso. Explicar a la luz de la teoría lo encontrado en terreno, se pudo lograr ajustando conceptos genéricos de lo que es participación y comunidad al caso concreto de la participación comunitaria en radio. Finalmente se pudo aventurar algunas conclusiones y formular ciertas recomendaciones, pero quedando en claro que el trabajo continúa y que definir lo comunitario y lo participativo en la radio es algo que aun está por elaborar. Esta elaboración debe hacerse, fundamentalmente, en los individuos para que asuman el rol protagónico de hacedores de democracia a partir de la participación en los intereses de la comunidad, que son los intereses de todos.

Sólo resta formular dos observaciones. Primero, que el objetivo de este trabajo en ningún momento ha sido el enjuiciar la labor de la emisora comunitaria *Yumbo Estéreo*. Por el contrario, hay que ponderar la voluntad que han puesto los “gomosos” de la radio que siempre han estado al frente del medio. Es posible que algunos de sus miembros no tengan claro lo que es la participación, o que otros no le quieran apostar a este tipo de emisora: no es este el espacio para enjuiciar, pero lo que sí se debe poner en relieve es la voluntad para mantener al aire un medio a partir del cual la comunidad ha empezado a reconocerse y a utilizarlo como foro para debatir sus asuntos, así las más de las veces sea para escuchar sus gustos musicales, pero que en fin de cuentas son sus gustos.

Segunda observación: con la presente investigación no se pretende agotar el tema de la participación comunitaria en los medios de comunicación. Esto de

la participación y sus mecanismos es algo que todavía está por estrenar; este trabajo suscita inquietudes y sirve como punto de arranque para determinar qué tan participativas y comunitarias son las emisoras que con tal apelativo están funcionando en el país.

1 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN- INTERVENCION

1.1 DESCRIPCION DE LA SITUACIÓN PROBLEMA

En Yumbo se empezó a hablar de una estación de radio comunitaria en el año 1995 cuando la *Fundación Empresarial para el Desarrollo de Yumbo*, FEDY, en concordancia con su objetivo como fundación de conformar un sistema de integración empresarial para identificar, planear y ejecutar acciones para promover satisfactores a las necesidades de la población local, presentó un proyecto de emisora ante el Ministerio de Comunicaciones, después de que el Gobierno Nacional con fecha 30 de agosto de 1995 promulgara el *decreto 1447* con el cual se reglamentan las emisoras comunitarias.

La emisora, según el proyecto presentado, sería algo que sacarían adelante varias fundaciones empresariales, la Empresa Colombiana de Petróleos, ECOPETROL, y las Juntas de Acción Comunal del municipio. La finalidad era la creación de un canal de comunicación que posibilitara el sentido de arraigo y pertenencia de la comunidad hacia el municipio y que fuera un medio de comunicación orientado a la difusión de programas de interés social que propiciaran el desarrollo económico y cultural en un ambiente de integración y solidaridad ciudadana. La emisora comunitaria sería el canal que serviría de foro de discusión de la problemática del municipio y la generación de soluciones a dicha problemática, y además el vocero de los eventos que representarían un aporte económico, cultural o recreativo para la comunidad.

En el proyecto se establece que la dirección y la administración de la emisora correrá por cuenta del Consejo de Administración o de la persona que éste designe, consejo que estará conformado por sendos representantes de la Fundación Good-Year, Fundación mixta Politécnico Universidad del Valle, Fundación Propal, Fundación Mac., Fundación Apoyo a la Solidaridad FAS y

Fundación FEDY. Es pertinente anotar que entre las funciones de la dirección se encuentra dictar las políticas, principios y objetivos de la emisora; definir las normas generales de programación y publicidad, así como el determinar los programas a emitir.

Paralelo al Consejo de Administración, la comunidad constituirá un Consejo Consultivo que deberá ejercer la acción de veeduría, promover y velar por la activa participación y expresión de la comunidad y actuar como componedor y que estará conformado por tres personalidades escogidas mediante votación de la lista de los representantes de los siguientes sectores: la comunidad (elegido de las Juntas de Acción Comunal), la Iglesia, Sociedad de Amigos de Yumbo, Club Rotario Yumbo-Arroyohondo, Club de Leones, Asociación de Usuarios Campesinos, Cámara de Comercio de Yumbo y Asociación de Comerciantes del municipio.

La Fedy en el año 1994 (un año antes de ser expedido el Decreto 1447) ya había creado la división de comunicaciones como resultado de su plan estratégico con lo cual allanaba el camino cumpliendo el numeral 2 del artículo 23 de ese Decreto y que determina que en los estatutos de las comunidades organizadas debe constar de manera expresa el objetivo social de desarrollar la comunicación social como instrumento de desarrollo y participación comunitaria. Estas acciones también fueron motivadas, y de sobremanera, por la expedición del Decreto 1695 del 3 de agosto de 1994 que empezó a darle un ordenamiento jurídico a la radiodifusión sonora comunitaria.

En conversación sostenida con el Director Ejecutivo de la FEDY, sustentaba él lo participativo y lo comunitario de la emisora en el hecho de que ella es operada por ciudadanos comunes y corriente y en que la FEDY es una comunidad.

En 1996 el Ministerio de Comunicaciones abre el proceso licitatorio y al año siguiente, en el mes de marzo, se adjudica la concesión de la emisora *Yumbo Estéreo 107.0 FM* mediante licencia 1420 del año 1997; el 1 de diciembre del mismo año se hace el lanzamiento oficial, luego de dos meses de emisiones de prueba en un ambiente de participación ciudadana que se había manifestado en las urnas con la elección del licenciado Rosemberg Pabón como alcalde municipal en clara rebeldía ciudadana contra la clase política tradicional.

La situación que vivieron a nivel regional y nacional las comunidades con deseos de contar con una frecuencia comunitaria fue en términos generales parecida a la que se vivió en Yumbo, contadas excepciones entre las que descuella la experiencia de los habitantes de San Gil (Santander) con su emisora comunitaria La Cometa.¹

El contexto social en que se desarrolló el proyecto de la emisora sangileña sí fue el de una comunidad organizada con una larga tradición de desarrollo cooperativo en la cual la mayoría de los sectores de trabajadores cuentan con una cooperativa. A esto de la organización comunitaria hay que agregarle su experiencia en proyectos de comunicación que les daba el contar, aun antes de que la Constitución Política del 91 hablara de la democratización de la comunicación, con la red radial “En Contacto” que reunía varias experiencias radiofónicas comunitarias.

Dos años antes de que recibieran la licencia, el 22 de septiembre de 1995, 12 instituciones sin ánimo de lucro habían conformado la Asociación Radio Comunitaria de San Gil para elaborar el proyecto que presentaron ante el Ministerio de Comunicaciones en el proceso de adjudicación de emisoras comunitarias. En abril de 1997 cuando confirmaron la licencia y antes de estar al aire iniciaron un sondeo entre la comunidad para indagar qué clase de emisora querían, y a las asociaciones pertenecientes se les preguntaba qué esperaban de la emisora en gestación.

De la experiencia radiofónica de San Gil hay que destacar también, que previo a salir al aire se adelantaron talleres de capacitación para los posibles integrantes y su junta decidió los aspectos administrativos, legales, financieros, técnicos y humanos.

Concluyendo debemos decir que en el proyecto de emisora comunitaria de “La Cometa” de San Gil (Santander) la participación comunitaria ha sido su constante desde su concepción, presentación de la propuesta, puesta en funcionamiento y el devenir futuro de ella. En la actualidad cuenta con una estructura definida de toma de decisiones y de trabajo, contrario a lo que ha

¹ Anzola Patricia. Citado por González Paz, Ana Lucía. *Radio Comunitaria: el camino hacia una democracia participativa* Facultad de Comunicación y Lenguaje .La Cometa vuela sobre San Gil. Pontificia Universidad Javeriana. Santafé de Bogotá. 2000. Internet.

ocurrido con la mayoría de estaciones radiales comunitarias entre las que se cuenta Yumbo Estéreo.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los estudios de la emisora *Yumbo Estéreo F.M. 107.0* se encuentran en la sede de la Fundación Empresarial para el Desarrollo de Yumbo “*FEDY*”. Esta ubicación de por sí permite ver la estrecha ligazón que existe entre la emisora y la Fundación que permitió que saliera al aire; no sobra decir que los equipos en su totalidad pertenecen a la *FEDY*.

La estación radial *Yumbo Estéreo F.M. 107.0* inició operaciones con el siguiente equipo de colaboradores:

- 1 Director Administrativo.
- 1 Secretaria.
- 1 Comunicador Social (director del informativo que se emite de lunes a viernes).
- 1 Lectora de noticias.
- 1 Estudiante de Derecho, encargado de la información deportiva.
- 2 colaboradores del informativo alternando sus actividades en la economía informal.
- 9 locutores-operadores (todos ellos ocupados en otras actividades para el sostenimiento de sus respectivas familias: hay un técnico electrónico, un damnificado del cierre de la empresa Quintex, un obrero de Cementos del Valle, tres estudiantes, una comerciante y dos trabajadores informales).
- 7 profesionales colaboradores atendiendo programas especializados.

A excepción del director y la secretaria, el personal trabajaba ad-honores obteniendo bonificaciones esporádicas que dependían de las ventas de publicidad de la emisora. Aunque la estación radial tenía pauta publicitaria, no había sueldos pues los ingresos iban a un fondo común de la *FEDY*.

En sus inicios la emisora permanecía al aire durante 18 horas y media diarias de lunes a viernes (05:30 H a 24:00 H) y 18 horas los días sábado y domingo, para un total de 128.5 horas semanales. Con el paso del tiempo la planta de

personal y el tiempo al aire ha ido cambiando de acuerdo con las circunstancias del momento, las cuales han tenido que ver más con el aspecto económico que con la ausencia de colaboradores.

1.3 ANÁLISIS DE PROGRAMACIÓN

A la emisora *Yumbo Estéreo* desde su concepción se le quiso dar un cariz comunitario que se refleja en la propuesta de programación que se incluyó en el proyecto presentado al Ministerio de Comunicación. (Cuadro 1).

**Cuadro 1. Emisora Yumbo Estéreo 107.0 FM
Programación Propuesta ante el Ministerio de Comunicaciones**

HORA	TIEMPO min/día	PROGRAMA	GENERO	DESTINATARIO
6:00	60	ESPACIO CAMPESINO	INFORMATIVO	RURAL
7:00	60	COMO AMANECIÓ YUMBO	NOTICIERO	GENERAL
8:00	60	ESPACIO PARA LA SALUD	INFORMATIVO	GENERAL
9:00	60	NUESTRO BARRIO	COMUNITARIO	GENERAL
10:00	60	ESPACIO PARA LAS O.N.G.	COMUNITARIO	GENERAL
11:00	30	CONSULTORIOS SOCIALES	COMUNITARIO	GENERAL
11:30	30	VARIEDADES	RECREATIVO	GENERAL
12:00	60	NOTIYUMBO	NOTICIERO	GENERAL
13:00	60	LA MUJER YUMBEÑA	INFORMATIVO	MUJERES
14:00	60	ESPACIO PARA LA JUVENTUD	INFORMATIVO	JUVENIL
15:00	60	ESPACIO DE PARTICIPACION Y VARIEDADES	RECREATIVO	GENERAL
16:00	60	ES TIEMPO PARA LA MÚSICA	MUSICAL	GENERAL
17:00	60	DEPORTES	DEPORTIVO	GENERAL
18:00	60	NOTIYUMBO	NOTICIERO	GENERAL
19:00	60	LLEGO LA CULTURA	CULTURAL	GENERAL
20:00	60	DEPORTES	DEPORTIVO	GENERAL
21:00	60	BUENAS NOCHES YUMBO	RECREATIVO	GENERAL

Fuente: Emisora Yumbo Estéreo

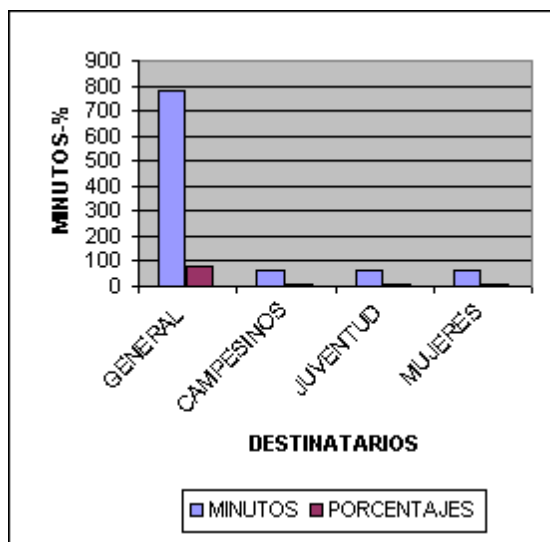
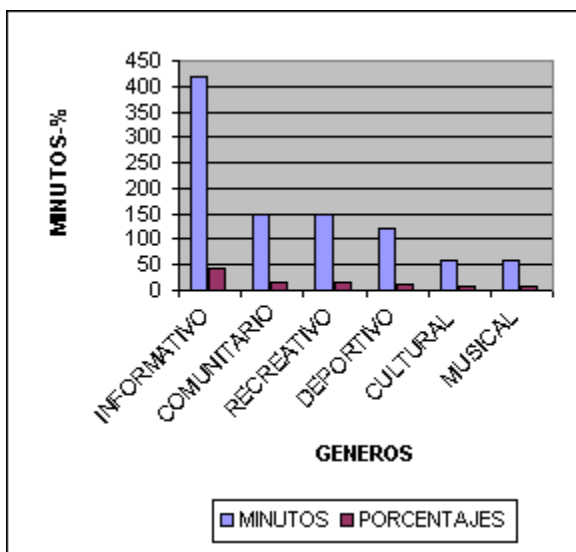
Esta propuesta de programación bien se puede considerar como comunitaria y participativa. De 16 horas de programación diaria, solo una hora se dedica a música (“*especializada*”, como reza en el proyecto) y el resto de programas son dedicados a la comunidad. De todos ellos el que más tiempo cuenta es el de las noticias (tres horas) y se podría pensar que se trata de cumplir con una

de las funciones de la radio comunitaria tal cual es que sea una radio más cercana a los problemas y posibles soluciones de quienes la escuchan y hacen uso de ella (Cuadro 2).

**Cuadro 2. Emisora Yumbo Estéreo 107.0 FM
Programación Propuesta ante el Ministerio de Comunicaciones**

GENERO	TIEMPO min/día	PORCENTAJE
INFORMATIVO	420	43,75
COMUNITARIO	150	15,63
RECREATIVO	150	15,63
DEPORTIVO	120	12,50
CULTURAL	60	6,25
MUSICAL	60	6,25
TOTAL	960	100,00

DESTINATARIO	TIEMPO min/día	PORCENTAJE
GENERAL	780	81,25
CAMPESINOS	60	6,25
JUVENTUD	60	6,25
MUJERES	60	6,25
TOTAL	960	100,00



Fuente: Emisora Yumbo Estéreo

Una vez en funcionamiento la emisora, el propósito de programación comunitaria no se pudo lograr por la ausencia de personal con esa intención. La estación radial empieza a ser operada por personas sin ningún trabajo comunitario, entendido éste como el proceso de acompañamiento a la comunidad en sus proyectos.

Aquí se genera el choque entre el *debe ser* de la emisora (y que estaba bien formulado en el proyecto que respaldó la adjudicación de la frecuencia) y lo que hubo que hacer en la realidad.

No obstante lo anterior, la emisora continúa abierta a la participación comunitaria lo cual se ve reflejado en unos programas institucionales a través de los cuales el Estado se comunica con los ciudadanos. (Cuadros 3 y 4).

El alcalde Pabón en el año 1998 utiliza la emisora para interactuar con los ciudadanos dándole un matiz participativo y comunitario a su programa (*Conversando con el alcalde*). Con igual sentido ocurre en el programa *Yumbo y mi Valle del Cauca* del abogado Gustavo Ampudia, ex-candidato a la Alcaldía Municipal. En realidad estos dos espacios estaban dedicados en su totalidad a hablar de las ejecutorias de la administración municipal, y cuando el ciudadano del común participaba lo hacía planteando quejas puntuales de su comunidad como la falta de alumbrado público, alcantarillado, etc. El funcionario invitado o el conductor del programa se limitaba a tomar los datos pertinentes para trasladarlos a la oficina correspondiente; esto más que en una radio participativa lo que se tornaba era en intermediaria.

Hay que resaltar el hecho de que el director ejecutivo de la Fedy invitaba a las diferentes organizaciones no gubernamentales con asiento en Yumbo para que tomaran espacios en la emisora y fruto de ello es que la Asociación de Juntas Comunales del Municipio entra a producir un programa (*La hora de la comunidad*) y un líder comunitario otro espacio semanal de opinión (*Punto de opinión*) lo mismo que algunas instituciones como la Cruz Roja, la Comisaría de Familia, el Hospital Local y el Instituto Municipal de Cultura. (Cuadros 5, 6 y 7).

Cuadro 3. Emisora Yumbo Estéreo 107.0 FM
Programación Año 1998

HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
05:30 a 07:00	CLASIEFECTIVOS				
07:00 a 08:30	BUENOS DIAS YUMBO				
08:30 a 09:00	BUENOS DIAS YUMBO				
09:00 a 09:30	GENTE Y SALUD	PROGRAMACION MUSICAL	GENTE Y SALUD	PROGRAMACION MUSICAL	GENTE Y SALUD
09:30 a 12:00	PROGRAMACION MUSICAL				
12:00 a 13:00	INFORMATIVO DEL MEDIO DIA				
13:00 a 14:00	YUMBO Y MI VALLE DEL CAUCA				
14:00 a 15:00	PROGRAMACION MUSICAL				VIERNES DE LA CULTURA
15:00 a 18:00	PROGRAMACION MUSICAL				
18:00 a 18:15				INVYUMBO	
18:15 a 19:00	PROGRAMACION MUSICAL				
19:00 a 19:30	PROGRAMACION MUSICAL				
19:30 a 20:00	MANOS	MANOS	CONVERSANDO	MANOS	MANOS
20:00 a 20:30	SEGURAS	SEGURAS	CON EL ALCALDE	SEGURAS	SEGURAS
20:30 a 22:00	PROGRAMACION MUSICAL				
22:00 a 23:00	MUNDO JOVEN				
23:00 a 24:00	PROGRAMACION MUSICAL				

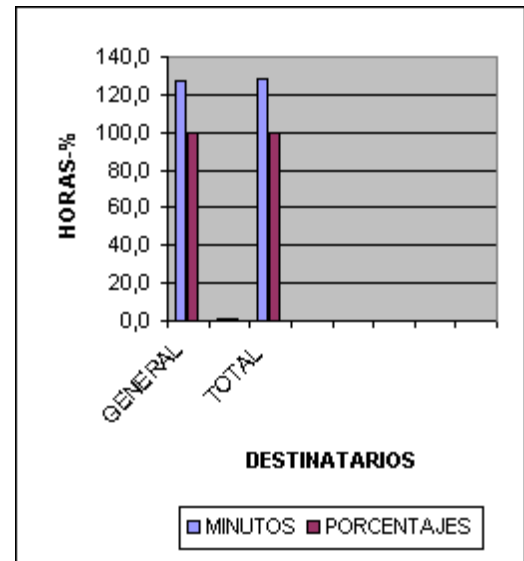
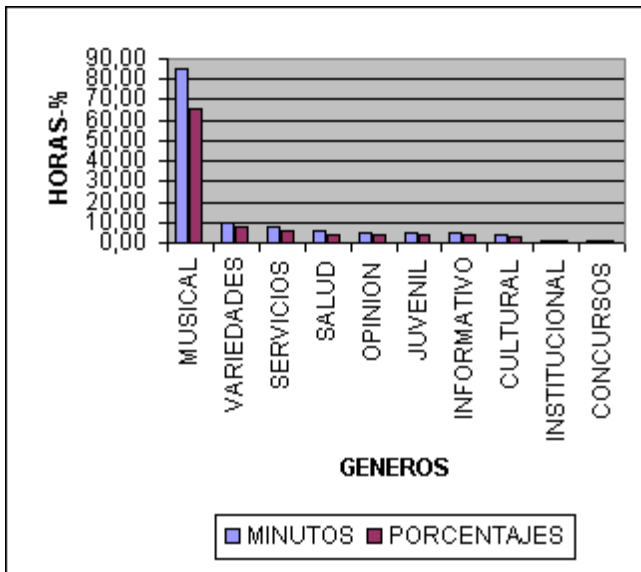
HORA	SABADO	DOMINGO
06:00 a 07:00	PROGRAMACION MUSICAL	
07:00 a 08:30		PROGRAMACION
08:30 a 09:00	LECTORES Y ESCRITORES	MINCOMUNICACIONES
09:00 a 09:30	PURA	LECTORES Y ESCRITORES
09:30 a 12:00	MELODIA	PROGRAMACION MUSICAL
12:00 a 13:00	LAS 20	SALPICON
13:00 a 14:00	MAXIMAS	TROPICAL
14:00 a 15:00	PROGRAMACION MUSICAL	PROGRAMACION
15:00 a 18:00		
18:00 a 18:15		
18:15 a 19:00		
19:00 a 19:30	ESTRELLAS DEL	MUSICAL
19:30 a 20:00	2000	
20:00 a 20:30	PROGRAMACION MUSICAL	
20:30 a 22:00		
22:00 a 23:00	MUSICAL	
23:00 a 24:00		

Fuente: Emisora Yumbo Estéreo.

**Cuadro 4. Emisora Yumbo Estéreo 107.0 FM
Programación Año 1998**

GENERO	TIEMPO horas/sem	PORCENTAJE
MUSICAL	84,75	65,95
VARIETADES	10,00	7,78
SERVICIOS	7,50	5,84
SALUD	5,50	4,28
OPINION	5,00	3,89
JUVENIL	5,00	3,89
INFORMATIVO	5,00	3,89
CULTURAL	3,50	2,72
INSTITUCIONAL	1,25	0,97
CONCURSOS	1,00	0,78
TOTAL	128,50	100,00

DESTINATARIO	TIEMPO horas/sem	PORCENTAJE
GENERAL	127,5	99,22
JUVENTUD	1,0	0,78
TOTAL	128,5	100,00



Fuente: Emisora Yumbo Estéreo.

Cuadro 5. Emisora Yumbo Estéreo 107.0 FM
Programación Año 1999

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
6:00	MUSICA COLOMBIANA ((Pastilas de reflexión))						
7:00	NOTICIAS 107					LA HORA DEL DESPECHO	LA HORA DEL DESPECHO
8:00	AMANECER CON CRISTO					TROPICALISIMA	SANTA MISA
8:30	MUJER, HOGAR Y FAMILIA						
9:00	CITA CON EL ROMANCE - BOLEROS Y BALADAS					LA HORA DEL MERENGUE	LA HORA DEL MERENGUE
10:00	CRUZ ROJA	MUSICA CROSSOVER	POLICIA	HOSPITAL	MUSICA CROSSOVER	VIEJOTEKA	LA VOZ DE LA COMUNIDAD
10:30	SALUD		MUSICA CROSSOVER				
11:00	DE COSTA A COSTA MUSICAL					LAS 20 MAXIMAS	VIEJOTEKA
12:00	NOTICIAS 107					FIN DE SEMANA	DE COSTA A COSTA
13:00	YUMBO Y MI VALLE DEL CAUCA					MUSICA CROSSOVER	MUSICA CROSSOVER
14:00	MUSICA CROSSOVER						
15:00	ROCK Y POP						
16:00	PROGRAMA JUVENIL	ROCK Y POP	PROGRAMA JUVENIL				
16:30		HABLA LA JUVENTUD					
17:00	MUSICA LATINA	VENTANA CULTURAL	MUSICA LATINA				
17:30			PROGRAMA JUVENIL	CLASIEMPLEOS			
18:00	TANGO – JAZZ						
18:30	DEPORTES Y MUCHO MAS						
19:00	MUSICA CROSSOVER	LA VOZ DE LA COMUNIDAD	MUSICA CROSSOVER	LA VOZ DE LA COMUNIDAD	MUSICA CROSSOVER		
19:30	NOTICIAS 107		NOTICIAS 107		NOTICIAS 107		
20:00	MUSICA POPULAR			CREAR FUTURO	MUSICA POPULAR		
20:30	AMOROMETRO						
21:00	MÚSICA CROSSOVER						
22:00	CIERRE DE EMISIÓN						

Fuente: Emisora Yumbo Estéreo.

**Cuadro 6. Emisora Yumbo Estéreo 107.0 FM
Programación Año 2000**

HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
6:00	CAMPESINOS EN ACCION	MUSICA COLOMBIANA	CAMPESINOS EN ACCION	MUSICA COLOMBIANA	CAMPESINOS EN ACCION	CAMPESINOS EN ACCION	MUSICA COLOMBIANA
7:00	RADIO REVISTA NOTICIAS					LA VOZ DE LA COMUNIDAD	PROGRAMACION MUSICAL
8:00	CLASIEFECTIVOS -SERVICIO SOCIAL-						PURA MELODIA COLECCIONISTAS
9:00	LA HORA DEL BOLERO					SALPICON MUSICAL	
10:00	COMISARIA DE FAMILIA	PROGRAMACION MUSICAL	COMISARIA DE FAMILIA	PROGRAMACION MUSICAL	COMISARIA DE FAMILIA		
10:30	PROGRAMACION MUSICAL						
11:00	DE COSTA A COSTA MUSICAL					LOS 20 IMPACTOS	DISCOTECA ABIERTA MASTER
12:00	NOTICIAS 107						
13:00	YUMBO Y MI VALLE DEL CAUCA						
14:00	DISCOTECA ABIERTA MUSICAL				VIERNES DE LA CULTURA	MAGAZIN EL BAUL	
14:30							
15:00							
15:30					PROGRAMACION MUSICAL		
17:00	S.O.S. YUMBO					GOLPE, GUATEQUE SABOR	
18:00	DEPORTES Y MUCHO MAS					DISCOTECA ABIERTA MASTER	
19:00	J.A.L.	LA VOZ DE LA COMUNIDAD	J.A.L.	LA HORA JURIDICA	PUNTO DE OPINION		
20:00	PROGRAMACION MUSICAL						
20:30	TIEMPO PASADO BALADAS						
22:00	CIERRE DE EMISION						

Fuente: Emisora Yumbo Estéreo.

Cuadro 7. Emisora Yumbo Estéreo 107.0 FM
Programación Año 2001

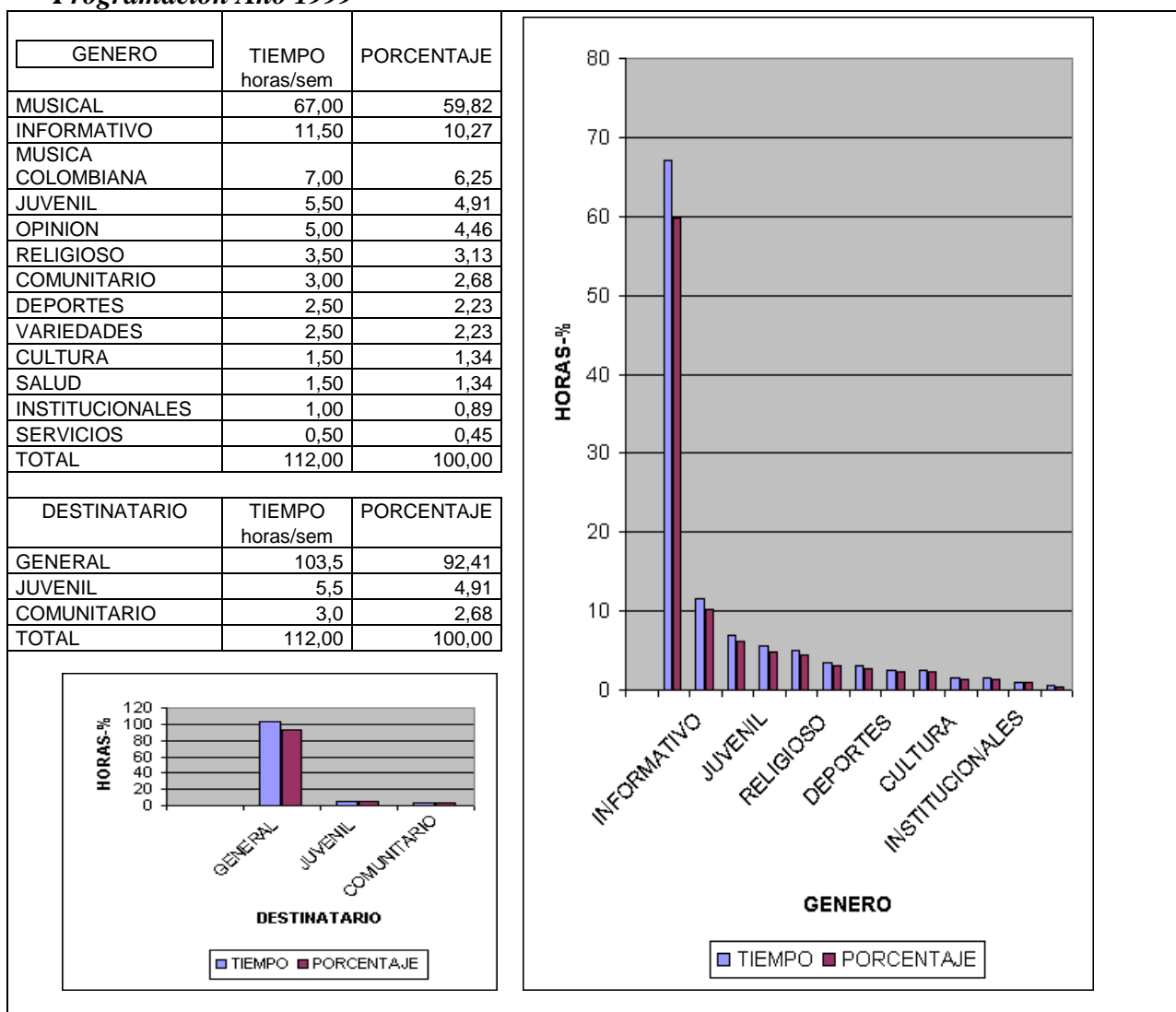
HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO	
6:00	MUSICA		AMANECER CON CRISTO					
7:00	NOTICIAS 107					LA VOZ DE LA COMUNIDAD	MUSICA CROSSOVER	
8:00	MUSICA – CROSSOVER						SANTA MISA	
9:00	CITA CON EL ROMANCE - BOLEROS Y BALADAS					MUSICA CROSSOVER	SALPICON MUSICAL	
10:00	HOSPITAL	EN FAMILIA	HOSPITAL				DE COSTA A COSTA	
11:00	DE COSTA A COSTA MUSICAL							
12:00	NOTICIAS 107							
13:00	YUMBO Y MI VALLE DEL CAUCA							
14:00	MUSICA CROSSOVER				VIERNES DE LA CULTURA		MUSICA CROSSOVER	
14:30					EN FAMILIA			
15:00								
16:00								
17:00	CRUZ ROJA							
18:00	DEPORTES Y MUCHO MAS							
19:00	ESTAMOS EN PAZ CON LA PAZ	LA VOZ DE LA COMUNIDAD	MUSICA		MAGAZIN CULTURAL			
19:30		CROSSOVER						
21:00	AMOROMETRO (ROMANTICOS)							
21:30	YUMBO BUENAS NOCHES INFORMATIVO							
21:45	MUSICA CROSSOVER		PROGRAMEMONOS CULTURAL					
22:00	CIERRE DE EMISION							

Fuente: Emisora Yumbo Estéreo.

Revisando sistemáticamente las diferentes programaciones que se han sucedido en la Emisora Yumbo Estéreo se observa que el predominio ha sido del género musical y, dentro de este, lo que los programadores radiales llaman *crossover*, es decir, la música que está de moda.

Este tipo de programación nos dice a qué clase de público va dirigida, encontrándonos con que es hacia el sector de los jóvenes y los adultos-jóvenes, aunque en nuestros cuadros de Análisis de programación se observe que el mayor destinatario es el de la audiencia en general (Cuadros 4, 8, 9 y 10).

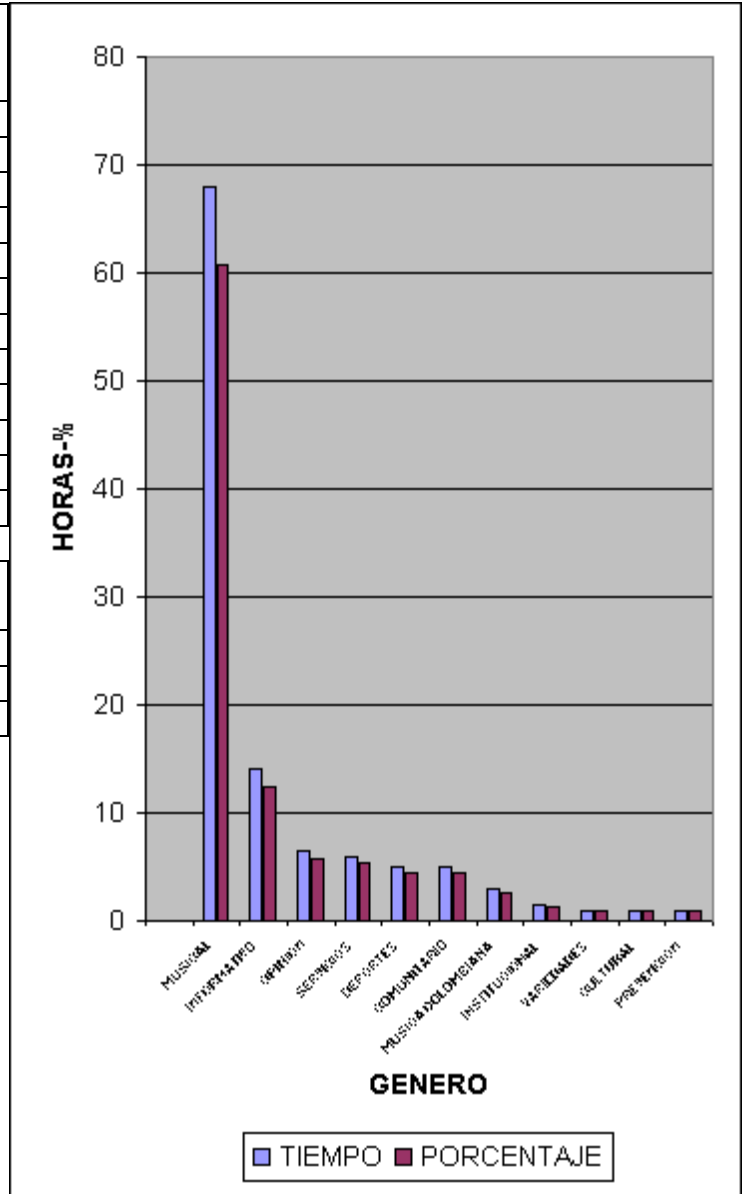
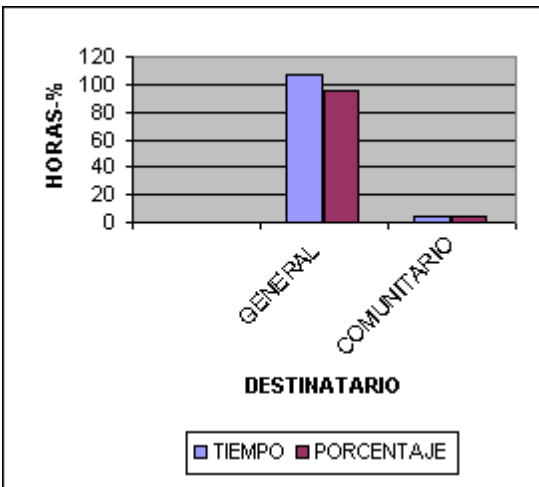
**Cuadro 8. Emisora Yumbo Estéreo 107.0 FM
Programación Año 1999**



**Cuadro 9. Emisora Yumbo Estéreo 107.0 FM
Programación Año 2000**

GENERO	TIEMPO horas/sem	PORCENTAJE
MUSICAL	68,00	60,71
INFORMATIVO	14,00	12,50
OPINION	6,50	5,80
SERVICIOS	6,00	5,36
DEPORTES	5,00	4,46
COMUNITARIO	5,00	4,46
MUSICA COLOMBIANA	3,00	2,68
INSTITUCIONAL	1,50	1,34
VARIEDADES	1,00	0,89
CULTURAL	1,00	0,89
PREVENCION	1,00	0,89
TOTAL	112,00	100,00

DESTINATARIO	TIEMPO horas/sem	PORCENTAJE
GENERAL	107,0	95,54
COMUNITARIO	5,0	4,46
TOTAL	112,00	100,00

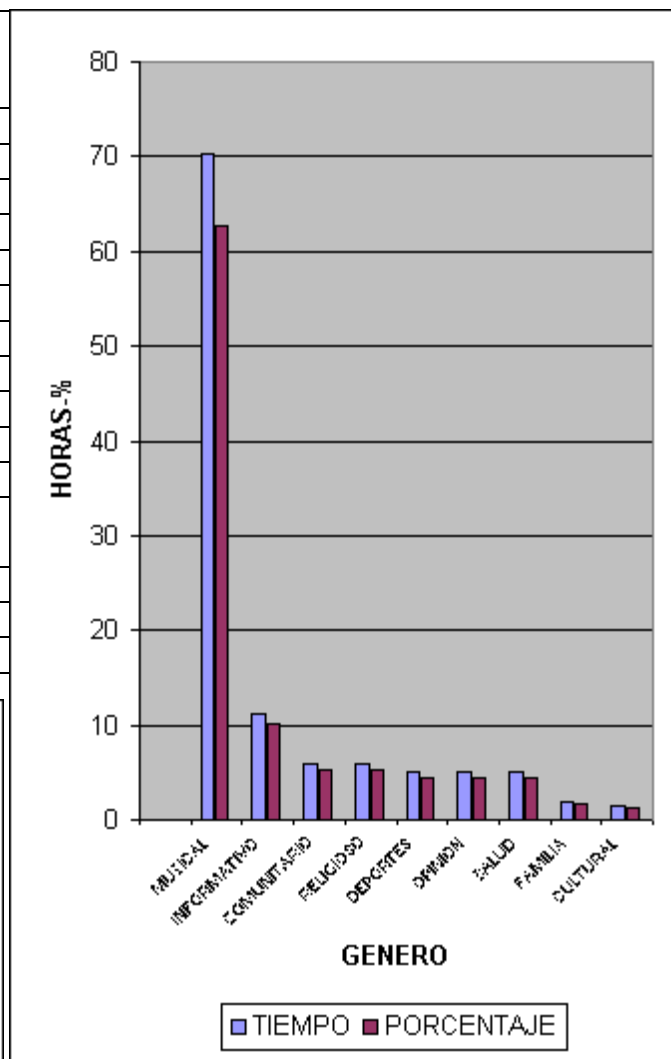
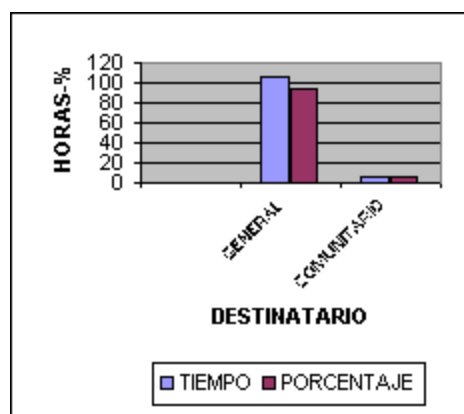


Fuente: Emisora Yumbo Estéreo.

**Cuadro 10. Emisora Yumbo Estéreo 107.0 FM
Programación Año 2001**

GENERO	TIEMPO horas/sem	PORCENTAJE
MUSICAL	70,25	62,72
INFORMATIVO	11,25	10,04
COMUNITARIO	6,00	5,36
RELIGIOSO	6,00	5,36
DEPORTES	5,00	4,46
OPINION	5,00	4,46
SALUD	5,00	4,46
FAMILIA	2,00	1,79
CULTURAL	1,50	1,34
TOTAL	112,00	100,00

DESTINATARIO	TIEMPO horas/sem	PORCENTAJE
GENERAL	106,0	94,64
COMUNITARIO	6,0	5,36
TOTAL	112,00	100,00



Fuente: Emisora Yumbo Estéreo.

La programación de Yumbo Estéreo ha sido más el producto de las circunstancias que de un plan concreto de participación comunitaria. La misma composición de la ciudadanía, con un alto carácter pluricultural y con una fuerte incidencia de los inmigrantes que se consideran habitantes de paso, ha hecho que mucho ciudadano no se encuentre asociado o identificado con cualquiera de las O.N.G. que funcionan a nivel local, y que por lo tanto no desean ni les interesa entrar a funcionar en una emisora que, aunque saben que

existe porque a veces la escuchan, no la consideran propia ni mucho menos comunitaria. Otro sería el cantar si, por ejemplo, en Yumbo existieran colonias conformadas como organizaciones.

Ante una situación como la antes descrita, al programador de la emisora no le queda otra salida sino la de llenar el tiempo de emisión con música y comerciales, repitiendo la fatídica fórmula de que a la gente hay que darle lo que ellos quieren, pero no se les muestra otras alternativas. La participación comunitaria queda en los pocos espacios que conducen los representantes de las Juntas de Acción Comunal y que son los mismos que participan en calidad de invitados en los espacios que no son de ellos.

1.4 JUSTIFICACIÓN

El ideal político surgido a raíz de la promulgación de la nueva Constitución Política de Colombia es el de una democracia participativa, en contraposición de la democracia de carácter representativa que nos regía desde 1886 hasta noviembre de 1991. La participación que se pregona es a nivel individual y a nivel comunitario, siendo éste el que interesa en esta investigación.

El auge por lo “participativo” es tal que en la misma Constitución Política los artículos 40, 103, 152, 260, 270 y 318 expresamente hablan de ello; el artículo 1º dice claramente que el Estado colombiano está organizado en forma de República participativa; y todo el Capítulo 1 del Título IV está dedicado a las formas de participación democrática. De acuerdo con lo anterior, se puede concluir que la esencia del ordenamiento constitucional colombiano es el carácter participativo de la democracia.

Desafortunadamente la intención de la comunidad en participar en los asuntos del Estado ha quedado solo en deseos porque se desconoce que la falta de participación de la comunidad se debe a que no se le ha permitido una apropiación de las herramientas para hacerlo, por lo cual el intento de participar queda trunco ya que aun cuando existan los mecanismos y los canales para la participación, faltan las posibilidades. Tampoco podemos desconocer que aspectos claves para una participación efectiva son el interés y la motivación para participar junto con el conocimiento, la aprehensión de los

mecanismos y los canales de participación y la conciencia de unas situaciones en los cuales incidir para transformar y mejorar.

Dentro de las buenas intenciones en procura de la participación de la comunidad hay que incluir la política estatal de adjudicar frecuencias para la conformación de emisoras comunitarias ceñidas a la Ley. Organizaciones no gubernamentales vinculadas al municipio de Yumbo avalaron una propuesta de emisora comunitaria, presentada por la Fundación Empresarial para el desarrollo de Yumbo, *Fedy*, la que finalmente fue aceptada.

La adjudicación de frecuencias por parte del Ministerio de Comunicaciones estuvo marcada por el escándalo, pues se dijo por entonces que el gobierno Samper estaba pagando adhesiones y respaldo para enfrentar la crisis de legitimidad con la asignación de emisoras a nivel nacional: fue la época del “*miti-miti*” de los entonces ministros de Estado Saulo Arboleda y Rodrigo Villamizar cuando conspiraban para que fueran favorecidas ciertas personas de la ciudad de Cali. La emisora *Yumbo Estéreo 107.0 FM*. no estuvo exenta de la anterior situación y fue comentario corriente que esta emisora había sido posible porque el presidente Samper estaba pagando el respaldo que en la Cámara de Representantes le habían brindado miembros de la Alianza Democrática M-19. En caso de que haya sido así se estaría confirmando en la realidad aquello de que el poder político busca en el manejo de los medios de comunicación el soporte que posibilite el estatus quo. Sin embargo, y en honor a la verdad, hay que decir que en lo que toca con la emisora Yumbo Estéreo lo anterior no dejó de ser un comentario malintencionado, pues el funcionamiento de la emisora ha resultado ser completamente imparcial en aspectos partidistas.

La investigación para determinar la participación comunitaria en la emisora Yumbo Estéreo debe servir para que a partir del conocimiento de su organización y funcionamiento se determine si es viable o no que una frecuencia que ha sido adjudicada como comunitaria puede ser operada por una sola organización sin que se pierda el carácter de medio de comunicación al servicio de la comunidad y no de unos intereses particulares.

Lo anterior lleva a plantear que conocer si proyectos radiofónicos como el que atendemos funcionan, debe ser de gran utilidad para aquellas comunidades

que quieren tener sus propios medios pero que la falta de recursos económicos no se los permite y deban recurrir a terceros como aliados.

1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Debemos conocer *cuál es el nivel de participación comunitaria en la emisora local* si tenemos en cuenta que una radio comunitaria al posibilitar una democratización de la palabra (con la libre expresión de los distintos movimientos sociales, políticos y culturales) democratiza la sociedad y en consecuencia crea un ambiente de tolerancia y paz. Por lo anterior es que se debe considerar como problema de investigación **¿Qué tan participativa y comunitaria es la emisora Yumbo Estéreo FM. 107?**, porque todo parece indicar que en ella no se generan los espacios para una verdadera participación comunitaria.

De igual forma, es importante definir qué es comunidad, a qué clase de comunidad nos estamos refiriendo, además, qué estamos significando cuando hablamos de participación. Sin embargo, en este sentido la legislación es clara cuando manifiesta que las concesiones de las emisoras se adjudicarán a comunidades organizadas.

2 OBJETIVOS

2.1 GENERALES

Establecer la participación comunitaria en la emisora *Yumbo Estéreo F.M. 107* para saber si está cumpliendo la labor social a que está llamada como emisora comunitaria que es y posibilitando la participación activa en el proyecto.

2.2 ESPECÍFICOS

- Conocer el proceso de convocatoria a la comunidad en la elaboración del proyecto de la emisora.
- Identificar el nivel de participación de la comunidad en el proceso de elaboración del proyecto de la emisora y su posterior operación y funcionamiento.
- Definir el nivel de aceptación de la emisora hacia la comunidad que busca participar en ella.
- Establecer los factores que propician o impiden la participación comunitaria en el funcionamiento de la emisora.

3 MARCO REFERENCIAL

3.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Para efectos de esta investigación se hace necesario conocer lo teorizado sobre *Participación Comunitaria y Radio Comunitaria*. Igualmente hay que auscultar y conocer experiencias sobre el funcionamiento de radios comunitarias en Colombia, América Latina y el mundo entero.

Las comunidades siempre se han ingeniado la forma para entablar comunicación, por eso no es extraño que hasta en los más recónditos lugares, como mínimo, exista una corneta colgada de una guadua a través de la cual se convoca a una reunión, se anuncia un bazar o se informa acerca del último muerto de la vereda. Han sido los medios de comunicación artesanales, cercanos a la comunidad, los que dan cuenta de la cotidianidad de esta gente: los altavoces y las transmisiones de baja potencia han pretendido darle voz a las poblaciones marginadas.

Hay quienes han querido ir más allá y han pretendido que el medio alternativo de las emisoras comunitarias (independiente de la calidad técnica) sea una herramienta de lucha contra un sistema injusto, convencidos de que el desarrollo se gesta desde abajo y por fuera de los medios masivos. En este caso ya no se trataría de darle voz a la comunidad para que exprese su cotidianidad, sino que propendería por un proyecto político, económico y social. Esta concepción de lo que debería ser la radio comunitaria no pocas veces trajo inconvenientes por la rebeldía política de aquellos que no querían reducir su labor a una mera fuerza de impugnación contra el sistema, es decir, no asumir una posición política beligerante.

Sea cual fuere la motivación de los gestores de la radio comunitaria, lo que hay que considerar es que se trata de experiencias por fuera de la radio

tradicional o comercial y que aunque todas las experiencias de radio comunitaria son diferentes, sí podemos mostrar antecedentes que son comunes a todas ellas.

La radiodifusión sonora comunitaria en nuestro país es un fenómeno relativamente nuevo y sólo vino a tener vida jurídica desde el año de 1994, siendo esta una de las razones por las cuales es difícil hallar bibliografía o sistematización de experiencias. La radio es uno de los medios de comunicación menos estudiado por la academia, a pesar de que es el medio de mayor cubrimiento, mientras que sobre comunidad y participación sí es posible encontrar teorizaciones.

Hoy día lo comunitario y lo participativo parecieran ser los términos de moda. Al conglomerado de un barrio se le empezó a llamar comunidad, y a ellos se recurría para indagarle nimiedades como, por ejemplo, “¿por dónde pasa el alcantarillado...?”. Total, un plan de desarrollo era comunitario y participativo porque se le había consultado a la comunidad.

Afortunadamente se ha empezado a definir lo participativo en los términos que se esbozan en el *Marco Conceptual (3.4)* de esta investigación, y a diferenciar *COMUNIDAD* de colectivo donde aquella tiene un proyecto de vida en común y que se materializa en un proyecto político.

Revisando la bibliografía se encuentra que las experiencias de las *RADIOS COMUNITARIAS* son más antiguas de lo que inicialmente se pensó. Se creía como origen de la radio comunitaria las establecidas en Perú y que posteriormente empezaron a ser implementadas en otras regiones como la costa pacífica colombiana. Según los profesores Enrique Rodríguez y José Fernando Sánchez la comunicación alternativa por medios masivos se da desde los años setenta con las experiencias de las radios mineras de Bolivia y

las ecuatorianas Radio Ismaelillo y Radio Latacunga², pero el mayor desarrollo se da en los decenios del ochenta y noventa.³

La *radio comunitaria* en Latinoamérica tiene más de cincuenta años de estar al aire y surge por los mismos motivos que en cualquier otra parte del mundo: la necesidad de un sector de la población de hacerse escuchar. En sus inicios se le conocía como radio popular o educativa en América Latina, pero era la misma radio rural o local en África, o radio pública en Australia o radio libre o asociativa en Europa, porque en todos los continentes siempre ha existido y existirá la necesidad de la comunidad de ganar espacios para hacerse oír y democratizar la comunicación a escala comunitaria.⁴

La *radio comunitaria* tiene su inicio en los Estados Unidos en 1946 cuando Lewis Kimball crea la Fundación Pacífica, organización pacifista, y desde la cual en 1949 empieza a transmitir por una emisora en Berkeley, California. Esta emisora, sostenida con los aportes de los oyentes, presentaba un enfoque alternativo a lo que ofrecía la radio comercial y educativa en tanto que procuraba ser “*un medio creativo y artístico, en vez de tener una visión simplemente instructiva.*”⁵ Ellos pensaban que la mejor herramienta de la *radio comunitaria* debía ser la imaginación, enfatizando en una desmitificación de la radio a través de la utilización de un estilo más humano y no profesional.

La motivación política para las primeras radios de carácter comunitario en Norteamérica como en Europa era el ideal de libertad de expresión y la democracia. Este ideal ha permeado las experiencias de radios comunitarias en los países de Latinoamérica (Perú, Ecuador, Colombia, Nicaragua, El Salvador, etc.) donde se quiere (y se debe) enfatizar en el rol que la *radio comunitaria* debe desempeñar en el cambio social. El papel a cumplir es

² Radio Latacunga de la provincia de Cotopaxi, Ecuador, posibilita la participación de los oyentes con la creación de una red de corresponsales populares. Esta emisora, que transmite en quichua y español, cuenta con una unidad móvil y cabinas radiofónicas en los pueblos de la provincia en la que los reporteros graban sus informes y son transmitidos a través de la emisora. La comunidad con su lenguaje cubre la provincia apropiándose de la cabina. Esta experiencia se replicó en Santafé de Bogotá, en la localidad de Usme, donde en 30 barrios el día domingo se emitía un noticiero comunitario a través del altoparlante de la junta de acción comunal grabado en un casete distribuido el día anterior

³Rodríguez, Enrique. Sánchez, José Fernando. Medios Alternativos y Procesos de participación. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de Unisur. Santafé de Bogotá, 1995, p. 121

⁴ Mata, María Cristina. ¿Radio popular o comunitaria?. Revista Chasqui, 47, noviembre 1993, pág. 57

⁵ Chabtree, Robin D. La Radio Comunitaria: Historia y síntesis de modelos y experiencias. Revista Chasqui, 47, noviembre 1993, pág. 53

fundamental en el desarrollo nacional y comunitario en nuestros países tercermundistas.

Las experiencias de *radios comunitarias* alrededor del mundo coinciden todas ellas en mostrar que este medio de comunicación ha servido para llenar vacíos en la comunidad. Cualquier sociedad por avanzada que sea siempre tendrá menester de algo; es por ello que la *radio comunitaria*, por ejemplo, en los Estados Unidos ha contribuido a la identidad y al desarrollo de la comunidad, a la programación de las minorías, a la difusión de noticias alternativas y a la expresión artística. En países pobres como Nicaragua, como también lo es el nuestro, la *radio comunitaria* le ha brindado al pueblo la oportunidad de apropiarse de los medios de comunicación para transmitir sus preocupaciones y a la vez servir de enlace entre el pueblo, el gobierno y otras instituciones.⁶

Robin D. Chabtree, profesora asistente de Estudios de la Comunicación en la Universidad Estatal de Nuevo México, en una reseña de trabajos realizados por varios investigadores de la *radio comunitaria*, manifiesta que en sus inicios los promotores de este tipo de radio buscaban un cambio social y una acción política más decidida de la comunidad. Estos propósitos los llevó a que, entre los años 1962 y 1977, tuvieran dificultades con el FBI, la CIA y la Oficina Estatal de Recaudación de Impuestos.

Según la profesora Chabtree, Richard Mahler en 1979 predice el renacimiento de la *radio comunitaria* para el decenio del 80, planteando algunos cambios que se operarían sobre todo en el sentido de pasar de un papel revolucionario a uno de generador de cambios sociales. Mahler vislumbraba cómo la *radio comunitaria* se iría a convertir en el medio para las comunidades pequeñas, aquellas que no tienen acceso a los grandes medios. Sería a través de esas estaciones radiodifusoras que las comunidades podrían transmitir sus reuniones, incidir en una programación especializada y formar colectivos de noticias que tengan que ver con su cotidianidad.⁷

En el ámbito europeo la *radio comunitaria* recibió la influencia de las de Estados Unidos y propendieron por la descentralización de la producción radiofónica y el libre acceso de la gente del común. La radio independiente italiana descuella al posibilitar que grupos locales organicen, motu proprio, un

⁶ Chabtree, Robin D. Op. Cit. 1993. Pág. 56

⁷ Chabtree, Robin D. Op. Cit. 1993. Pág. 54

sistema de comunicación radial independiente de las redes nacionales de radiodifusión: esta radio se convirtió en la voz de los que no eran escuchados, es decir, los grupos marginados, porque con mayor libertad y menos supervisión pudieron expresarse.⁸

Acorde con las características de la *radio comunitaria* de propiciar espacios para programas que la radio tradicional no permite, experiencias de radios comunitarias en Europa posibilitaron que propuestas culturales diferentes pudieran ser oídas como ocurrió con la música alternativa que pudo ser escuchada en Inglaterra, o que los radioescuchas pudieran tomar parte en dramatizados improvisados por *Radio Popolare* de Italia, o mostrar sus cualidades musicales a través de las orquestas de radioescuchas de la *Radio Ici et Maintenant* de París. *La Radio Alice* de Italia brindó el acceso y la participación de la comunidad en debates políticos; estos debates llegaron a ser tan fuertes que les acarreó acusaciones de incitar desordenes públicos.

El inicio de la radio comunitaria en Colombia se puede considerar desde el año 1947 cuando el sacerdote católico Joaquín Salcedo crea la Radio Sutatenza, emisora de corto alcance a través de la cual difunde mensajes religiosos y que luego desembocaría en ACPO (*Acción Cultural Popular*) con ocho emisoras dirigidas hacia la educación y alfabetización de campesinos, dos institutos educativos y una central de producción impresa y audiovisual. El intento del clérigo Salcedo por llevar educación a los campesinos trascendió la emisión de los programas y se convirtió en un ruralizador de la técnica al entregar la Radio Sutatenza los aparatos receptores a los mismos campesinos.⁹

Con la experiencia de Radio Sutatenza se demostraba que era posible hacer radio no comercial de un modo atractivo para todos y capaz de impactar en la audiencia popular. Esta experiencia trasciende las fronteras patrias siendo implementada las escuelas radiofónicas en las Islas Canarias con la *Ecca*, Nicaragua, Bolivia, Ecuador, Méjico, Radio Enriquillo en República Dominicana y el Centro de Comunicación Popular de Villa en San Salvador. Se demostraba de esta forma que la radio no sólo tiene fines comerciales y

⁸ Chabtree, Robin D. Op. Cit. 1993. Pág. 55

⁹ En los inicios de ACPO era común el chiste de que en los aparatos entregados por Radio Sutatenza, con el paso de los días, sólo entraba la señal de esa emisora, motivo por el cual al campesino no le quedaba otra alternativa que escuchar los programas radiados por Sutatenza.

políticos, sino que también puede ser utilizada como herramienta para la educación. Estas experiencias permitieron que poco a poco se diera paso a proyectos de comunicación popular. En 1972 se constituye la *ALER*, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica.

En los años ochenta, en el litoral pacífico colombiano, se empiezan a gestar colectivos de comunicación popular después de que el proyecto Gente Entintada y Parlantes enseñó a la población a imprimir el linóleo y cómo aprovechar la radio como medio estratégico para la participación comunitaria y la organización social. El colectivo “Gentes del Pacífico” comenzó con el programa de radio “Voces del Pacífico”, sacado adelante por gestores sociales, sindicalistas, trabajadores de la salud y educadores, previa capacitación radial.

A pesar de la constante falta de financiamiento de la radio comunitaria, las diferentes experiencias que de ella hay confirman que representa un modelo de comunicación democrática que ha transformado los criterios que muchas personas tenían sobre el papel de la comunicación en la sociedad.

3.2 MARCO HISTÓRICO SITUACIONAL

Yumbo, municipio ubicado en la zona sur del Departamento del Valle, con una alta concentración industrial iniciada en 1936 con la construcción de la fábrica “Cementos del Valle” y el establecimiento posterior de otras factorías, aunque su mayor desarrollo se dio a partir de los años cincuenta. Yumbo es uno de los entes territoriales más ricos del país y aporta un 30% al Producto Interno Bruto del Departamento del Valle.

El desarrollo industrial, aunado al hecho de que en Yumbo no se presentaron casos graves de violencia partidista como sí ocurrió en otras partes del sur-occidente colombiano, atrajo olas migratorias poblacionales de otras regiones del país. La paz partidista y el espejismo de la industrialización originó, pues, una expansión desordenada en el municipio y unas tasas de crecimiento geométrico en los periodos intercensales 1951-1964 y 1964-1973 de 7.5% y 5.8%, respectivamente, cuando en los periodos intercensales de 1928 a 1938 y de 1938 a 1951 se mantenía la tasa de crecimiento geométrico en un 2.3%. La tasa de crecimiento ha disminuido con el paso de los años, sin embargo en el

Plan Ambiental del Municipio se indica que el 1.9% de la población lleva menos de un año residiendo en Yumbo. Según datos proyectados por el Departamento de Planeación Municipal, la población para el año 1997 eran 75.156 habitantes, siendo ellos 66.571 del sector urbano y 8.585 del área rural; y para el año 2001 era 80.929 habitantes (72.274 del sector urbano y 8.655 del área rural). Casi un 40% de la población urbana vive en zona de laderas con necesidades básicas insatisfechas.

En 1993 se tenía que un 26.3% de la población del municipio de Yumbo presentaba insatisfacción de sus necesidades básicas y el 7.5 % de los hogares se encontraban en la miseria. El presupuesto de Ingresos y Gastos para 1999 fue aforado en \$ 40.000.000.000, 00.¹⁰

Aunque acorde con la situación general del país, en la realidad yumbeña se presenta el fenómeno de la indolencia de los habitantes de Yumbo frente a los desafueros que se cometen contra la ciudad, la falta de interés por conocer cuál es el manejo de la cosa pública, la indiferencia por los asuntos colectivos, pareciendo ser esto una falta de compromiso del yumbeño con su terreno y la inexistencia de una identidad y sentido de pertenencia que no motiva la defensa de la ciudad. El compromiso debe ser tangible en una participación activa y efectiva del ciudadano en los asuntos municipales.

Dándole un margen al optimismo se puede pensar que aquellos que son considerados “indolentes”, “apáticos”, “indiferentes”, “a quienes no les interesa el futuro del terruño”, no lo sean tanto. Cabría la pregunta *qué tanto es su interés y si de pronto no encuentran los canales por donde encauzar su aporte.*

Las ocasiones en que en Yumbo se han presentado manifestaciones de participación activa por parte de sus habitantes en defensa de lo público, han sido más motivadas por la explosión de la protesta social más que por un trabajo político encaminado a concientizar a la población de los desafueros de la clase política.

Durante los años setenta y ochenta Yumbo fue famoso por su espíritu contestatario que siempre obedeció a la reacción de la mayoría de los

¹⁰ Departamento Administrativo de Planeación Municipal de Yumbo. Plan Básico de Ordenamiento Territorial.

habitantes al ver que las necesidades básicas de agua potable, saneamiento, educación e infraestructura pública no les eran resueltas y sí era evidente el desgreño administrativo y el enriquecimiento de algunos miembros de la clase dirigente local.

Aun cuando hubo acciones políticas coherentes como la Toma de la Iglesia del Señor del Buen Consuelo en 1981, la cual generó una incipiente participación comunitaria manifiesta en unas comisiones sectoriales para atender las necesidades de los ciudadanos, fueron movimientos sociales que perecieron en el tiempo por la inercia estatal y la negativa del Establecimiento a aceptar otros actores en la toma de decisiones públicas.

Quienes quisieron apostarle al juego democrático lograron pírricos triunfos con uno o dos concejales independientes, resaltando el *Comité para la restauración Moral de Yumbo, Cry*, o el *Movimiento Cívico*, pero que pronto desaparecieron al sucumbir ante la maquinaria de los partidos tradicionales y porque algunos miembros terminaron aliados con aquellos que querían combatir.

A finales de los setenta y principio de los ochenta los grupos subversivos encuentran en Yumbo el caldo de cultivo para expandir las luchas revolucionarias en los grupos estudiantiles, luchadores populares y líderes sindicales. Las luchas callejeras yumbeñas empiezan a ser lideradas por cuadros guerrilleros que pronto darían el salto a la escena regional y nacional, tal como aconteció con docentes, directivos sindicales y muchos estudiantes que abandonan sus actividades ciudadanas legales para internarse en las selvas colombianas o a conformar células urbanas del M-19.

Aunque es cierto que la influencia subversiva en la población yumbeña fue alta, en la medida de que muchas familias resultaron vinculadas bien porque alguno de sus miembros fuera militante o simpatizante de la causa guerrillera, ello no significó el cambio en que las condiciones para una participación efectiva en la definición de las políticas estatales en Yumbo se hubiera vivido. Por el contrario, Yumbo empezó a ser estigmatizado por su historia de pueblo rebelde y el éxodo de familias se dio porque se empezaron a cerrar las puertas en el aspecto laboral y educativo para sus habitantes¹¹.

¹¹ Quien algún día desee hacer un estudio sociológico sobre Yumbo, se encontrará con que en los años ochenta casi no hay ciudadanos cedulados en Yumbo, pues quienes adquirirían la mayoría de edad preferían

Es posible que las luchas que los yumbeños dieron antes hayan servido de semilla para la participación comunitaria que se da hoy en día, pero lo que no olvidan los habitantes de Yumbo es que muchas familias tuvieron que llorar la muerte o la desaparición de sus hijos; las más afortunadas se tuvieron que contentar con tenerlos vivos pero en el exilio.

Los nuevos vientos participativos de la Constitución del 91 han permitido que algunos yumbeños participen en la gestión pública con el objeto de garantizar el ejercicio de sus derechos y el respeto de lo público traducido esto en un control social. Es así como resaltan algunas acciones que vislumbran un empoderamiento y apropiación de las comunidades de los mecanismos de participación ciudadana, entre las cuales se cuentan la veeduría ciudadana, las ligas de usuarios, las audiencias públicas, lo mismo que intentos de referendos derogatorios de leyes como ocurrió con algunos artículos del Plan Básico de Ordenamiento Territorial¹²

En Yumbo, como en todos los municipios del país, existen escenarios en los cuales los ciudadanos expresan el ideal de sociedad que quieren tener. Las Juntas de acción comunal, las Ligas de Usuarios, los Comités de Veeduría Ciudadana, grupos políticos, etc. han encontrado cabida en medios de comunicación artesanales y desarrollados, siendo uno de ellos la estación de radiodifusión “*Yumbo Estéreo FM. 107.0*” a la cual sus gestores han pretendido darle un cariz participativo y comunitario. Para efectos del presente trabajo de investigación, se circunscribirá la misma a la emisora radial.

desplazarse a los pueblos vecinos ya que la cédula expedida en Yumbo era casi equipara a una orden de captura.

¹² Este hecho político merece especial atención pues demuestra cómo la comunidad se puede unir para echar para atrás leyes que considera nocivas. Con la inclusión en el P.B.O.T. de unos artículos que permitían la ubicación de un relleno sanitario en el municipio de Yumbo, la Asociación de Juntas Comunales, Veedores Ciudadanos, grupos ambientalistas y ciudadanos del común iniciaron el trabajo de oposición promoviendo un referendo derogatorio. Al final la intención quedó enredada en los intrínquilis de la Registraduría Nacional del Estado Civil, pero generó todo un movimiento de opinión que obligó a que dichos artículos fueran revisados en el Concejo Municipal. De igual forma, el contrato de concesión del servicio e alumbrado público fue motivo de revisión por la presión que ejerció la comunidad mediante una audiencia pública que derivó en una Acción Popular.

3.3 MARCO JURÍDICO

Los intentos de las comunidades por tener sus propios canales de comunicación hace que surjan estaciones de radio y televisión (video) operados por gente del común que entran a cumplir una función social de gran envergadura dentro de esas comunidades. Esta situación lleva a que el Estado decida regular la existencia de dichas estaciones y al establecimiento de un marco legal para la creación, montaje y funcionamiento de ellas, tal vez porque las autoridades ven que las nuevas experiencias, en materia de radiodifusión, no encuadraban dentro del modelo tradicional que estaba reglamentado con la leyes que en la materia habían sido promulgadas desde el año de 1954. Otra razón se debe al cumplimiento del artículo 20 de la Constitución Política del 91 que *garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.*

Reseñando históricamente el fenómeno de la radiodifusión podemos decir que nuestro país solo vino a tener una reglamentación en materia de medios de comunicación masiva en 1954, aun cuando la Constitución Política de 1886 establecía la libertad de prensa (artículo 42) y garantizaba la libertad de empresa y la iniciativa privada dentro de los límites del bien común (artículo 32), situación dentro de la cual cabía la fundación de medios masivos de comunicación.

La realidad siempre va adelante de la legislación, y los gobernantes a raíz de los hechos desencadenados con el asesinato del líder Jorge Eliécer Gaitán, con visos de levantamiento popular en procura de la toma del poder alentado desde emisoras locales, ven la necesidad de dar un ordenamiento jurídico a los medios de comunicación. Al amparo del decreto 3518 del 9 de noviembre de 1949 el Gobierno Nacional promulga el *decreto 3418 del 25 de noviembre de 1954*, mediante el cual establece que las telecomunicaciones son un servicio público que el Estado prestará directamente, pero que el Gobierno podrá entregarlos por concesión a personas naturales o jurídicas y que todos los canales radioeléctricos que Colombia utiliza o pueda utilizar en el ramo de las telecomunicaciones son propiedad exclusiva del Estado. Los Títulos VII, VIII, IX y X (capítulos 24 al 36) de este decreto están destinados

exclusivamente a la radiodifusión sonora y en ellos se definen las condiciones técnicas y legales para la prestación de dicho servicio público. Revisando este decreto resulta interesante encontrar cómo el Estado entra a reconocer la existencia de algunas emisoras piratas y conmina a sus dueños a que denuncien ante el Ministerio de Comunicaciones la existencia de los aparatos técnicos (Artículo 49) y concede un plazo de ciento cincuenta días para la obtención de la licencia de funcionamiento correspondiente (Artículo 54).

En 1966 el Gobierno Nacional expide la *ley 74* con la cual reglamentó la transmisión de programas por los servicios de radiodifusión y estableció la responsabilidad civil de los concesionarios de las estaciones radiales y de los directores de los espacios informativos de aquellas. En esta ley se sigue estableciendo la diferenciación entre radiodifusión pública, aquella que opera directamente el Estado, y radiodifusión privada o comercial, la operada por los particulares concesionarios de las frecuencias radiales.

En el decenio del ochenta algunas comunidades contaban con emisoras radiodifusoras operadas de manera artesanal y clandestina debido a la falta de recursos económicos y por no cumplir con los requisitos establecidos por el Ministerio de Comunicaciones.¹³ El Estado, legislando para el sector de las telecomunicaciones, piensa en estas emisoras y promulga normas que le van dando cuerpo jurídico. El 27 de diciembre de 1984 el Congreso de la República promulga la *Ley 51* mediante la cual autoriza a los concesionarios y personas que se encuentren legalizando su situación la cesión de sus derechos a terceros; esta legislación facilitó que algunos grupos económicos y personas naturales obtuvieran el control de algunas emisoras en el país.

El modelo neoliberal, paradigma económico y político que empezó a ser montado en nuestro país en el gobierno del presidente Virgilio Barco Vargas, propone nuevas reglas de juego para el sector de las telecomunicaciones, lo cual se traduce en la *Ley 72* del 20 de diciembre de 1989. Mediante esta ley el Congreso de la República confiere facultades extraordinarias por ocho meses

¹³ El Ministerio de Comunicaciones, el Departamento Nacional de Planeación y la UNICEF en 1989 planteaban que “*el ejercicio de la comunicación alternativa no ha producido la esperada institucionalización; más bien se ha visto la ausencia de regularidad en su producción comunicativa. Así, un grupo filma un video pero no filma el segundo; el boletín se publica cuando se puede, etc.* Anzola Patricia. Citado por González Paz, Ana Lucía .Op. Cit.2000 .El marco: la comunicación alternativa. Pág. 16. Internet.

al Presidente para que reforme el sector de las comunicaciones con lo cual se va abonando el terreno para una legalización de aquellas emisoras radiofónicas que no encuadran dentro de la radio pública o privada.

Con fundamento en la anterior ley el Presidente de la República, el recién posesionado César Gaviria Trujillo, expide el *decreto 1900* del 19 de agosto de 1990 por el cual se reforman las normas y estatutos que regulan las actividades y servicios de telecomunicaciones y afines. Se decía antes que estas nuevas leyes iban abonando el terreno para los medios de comunicación alternativos y en cierta forma el Título I de este decreto, artículo 3 de las Disposiciones Generales, así lo insinúa cuando dice que las telecomunicaciones deberán ser utilizadas para contribuir a la promoción de la participación de los colombianos en la vida de la Nación. A la luz del anterior comentario también podríamos analizar el artículo 6 según el cual el Estado garantiza el pluralismo en la difusión de información y en la presentación de opiniones, como un derecho fundamental de la persona, del que se deriva el libre acceso al uso de los servicios de telecomunicaciones, y en ese sentido el Gobierno Nacional promoverá la cobertura nacional de los servicios de telecomunicaciones y su modernización, y propenderá porque los grupos de población de menores ingresos económicos, los residentes en áreas urbanas y rurales marginales o de frontera, las étnias culturales y en general los sectores más débiles o minoritarios de la sociedad accedan al uso de esta clase de servicios, a fin de propiciar su desarrollo socioeconómico, la expresión de su cultura y su integración a la vida nacional.

Aunque se está planteando la democratización de la información persiste la amenaza contra los operadores ilegales. En ese sentido es claro el *decreto 1900* cuando el título IV (Infracciones y sanciones), artículo 50, establece que cualquier red o servicio de telecomunicaciones que opere sin autorización previa será considerado como clandestino y el Ministerio de Comunicaciones y las autoridades militares y de policía procederán a suspenderlo y a decomisar los equipos, sin perjuicio de las sanciones de orden administrativo o penal a que hubiere lugar conforme a las normas legales y reglamentarias vigentes. Este artículo no deja de ser un llamado de atención a las emisoras comunitarias que para la fecha de expedición del Decreto estaban funcionando.

El mismo 19 de agosto de 1990 el Gobierno Nacional también expide el *Decreto 1901* (derogado posteriormente) mediante el cual se establecía la estructura orgánica del Ministerio de Comunicaciones y determinando, además, que entre sus funciones está el otorgar concesiones (numeral 14 del artículo 3) y auspiciar la participación comunitaria en el desarrollo y gestión de servicios de comunicaciones, especialmente en la Planeación y ejecución de programas y proyectos de comunicación social de alcance local y regional (numeral 17 del artículo 3). En términos generales este artículo tercero establece que el Ministerio debe permitir y posibilitar que las comunidades puedan acceder a los medios de comunicación.

De igual forma el *Decreto 1901/90* en el artículo 23, funciones de la Dirección General de Comunicación Social, literal e dice que se deben propiciar mecanismos y proyectos de comunicación social que dinamicen la participación de las comunidades en la solución de sus problemas, su integración en el proceso de desarrollo social y económico del país y su expresión cultural. La División de Desarrollo Social bajo la Dirección General de Comunicación social, según el artículo 24 -literal f- tendrá la función de impulsar proyectos de comunicación educativa y cultural de carácter alternativo y comunitario a nivel local, regional y nacional.

Es de resaltar que los anteriores decretos reseñados que concretaron la reestructuración del sector de las telecomunicaciones, en gran medida fueron el fruto de la discusión que en su momento se planteó acerca de la necesidad de legalizar las radios comunitarias. Mucha gente que trabajó con las comunidades en las nacientes emisoras comunitarias veía que la reglamentación era para todos (gobierno y comunidad) una prioridad. *La primera vez que las emisoras comunitarias se reunieron fue en agosto de 1989 en Quirama, Antioquia, y la prioridad era la de impulsar un marco legal para estas radios. El 14 de agosto de 1994 fue el segundo encuentro en Amagá, Antioquia, y contó con la representación de colectivos de comunicación de Bogotá, la costa atlántica, Medellín, Boyacá, Manizales, Armenia, Colcultura y el Proyecto Enlace del Ministerio de Comunicaciones.*¹⁴

Con la promulgación de la *Constitución Política de Colombia en 1991* que establece que nuestro país es un Estado Social de Derecho, con la garantía de

¹⁴ González Paz, Ana Lucía. *Op. Cit.* 2000. Pág. 15

que se deben garantizar unos estándares mínimos para una vida digna como derechos y no como actos de caridad de los gobernantes, los ciudadanos encuentran el respaldo legal para fundar medios masivos de comunicación (Artículo 20). El 28 de octubre de 1993 el Congreso Nacional expide la *ley 80* (Estatuto General de Contratación de la Administración Pública) que en su artículo 35 faculta al Ministerio de Comunicaciones para que se encargue de la reglamentación del servicio comunitario de radiodifusión sonora. El párrafo 1 de este artículo dice que el servicio comunitario de radiodifusión sonora será considerado como actividad de telecomunicaciones y otorgado directamente, mediante licencia previo cumplimiento de las condiciones jurídicas, sociales y técnicas que disponga el Gobierno Nacional. El párrafo 2, en concordancia con el artículo 75 de la Constitución Política, que tutela la igualdad de oportunidades en el acceso al uso del espectro electromagnético que es un bien público inenajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado y para garantizar el pluralismo informativo y evitar las prácticas monopolística, garantiza que la adjudicación de la frecuencia se hará al proponente que no sea concesionario de tales servicios en la misma banda y en el mismo espacio geográfico en el que vaya a funcionar la emisora.

Paralelo a este andar legislativo, las personas interesadas en la radiodifusión comunitaria seguían trabajando en procura de una reglamentación, empeño que dejó como resultado numerosas propuestas de decretos que fueron entregadas a la Dirección Administrativa de Comunicación Social del Ministerio de Comunicaciones. Con estas propuestas se estaba forjando la legalización del servicio de radiodifusión comunitaria.

El 3 de agosto de 1994 el presidente César Gaviria firma el *decreto 1695*, después de trasegar por las oficinas del Ministerio de Comunicaciones y del Palacio de Nariño, por el cual se reglamentó el servicio comunitario de radiodifusión sonora. Este decreto sentó las bases para iniciar la legalización pero no avanzó en la definición de la disponibilidad de frecuencias, no sin antes haberse intentado algo con el derogado *decreto 1480* del 30 de julio de 1994 con el que se reglamentaba el servicio de radiodifusión sonora en el cual ya se determinaba que el servicio comunitario de radiodifusión podría ser prestado por las comunidades organizadas de conformidad con la reglamentación que para el efecto expidiera el Gobierno Nacional. Sin embargo, el 45% de las emisoras comunitarias son manejadas por

comerciantes particulares, el 35% por la Iglesia Católica, el 15% por políticos, y tan sólo un 5% equivale a organizaciones.¹⁵

El *1480 del 94* que daba un plazo de sesenta días para que las emisoras piratas se legalizaran fue demandado ante la Corte Constitucional por inconstitucional al legitimar situaciones de clandestinidad. Como consecuencia de esto, muchas emisoras que habían pasado la documentación requerida quedaron al descubierto y expuestos al decomiso de sus equipos.¹⁶

El *decreto 1695 del 94* determina que el servicio comunitario de radiodifusión sonora, es un servicio público sin ánimo de lucro, de ámbito local, considerado como actividad de telecomunicaciones a cargo del Estado quien lo prestará de manera indirecta a través de comunidades organizadas debidamente constituidas en Colombia y que por intermedio del Ministerio de Comunicaciones otorgará directamente, mediante licencia, la correspondiente concesión. De igual forma establece que dicho servicio está orientado a difundir programas de interés social para los diferentes sectores de la comunidad que propicien su desarrollo socioeconómico y cultural, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y que por tanto, todos los concesionarios tendrán la obligación de ajustar sus programas a los fines indicados. Este decreto define los parámetros jurídicos dentro de los cuales deberán estar las comunidades organizadas que quieren acceder a la concesión de una frecuencia radiofónica, lo mismo que las características técnicas que deberán tener las emisoras, el tipo de programación, el sistema tarifario y las cauciones en caso de incumplimiento de algún concesionario. El artículo 21 establece que por las estaciones de radio comunitaria no podrá transmitirse ningún tipo de programa con fines proselitistas.

Es de rescatar que gracias al *decreto 1695* del 94 decenas de emisoras presentaron su documentación, pero debieron esperar largo tiempo la adjudicación pues el gobierno del presidente Ernesto Samper se tomó su tiempo para realizar los correctivos y ajustes necesarios, siendo uno de ellos la derogatoria de este decreto y la promulgación *del decreto 1447 de 1995* que es el que rige actualmente las emisoras comunitarias.

¹⁵ González Paz, Ana Lucía. Op. Cit. Radio. .El marco: la comunicación alternativa. 2000. .Pág. 18. Internet

¹⁶ González Paz, Ana Lucía. Op. Cit. 2000. Pág. 17

El 30 de agosto de 1995 el gobierno nacional, en cabeza del presidente Samper y el Ministro de Comunicaciones Armando Benedetti, expide los *decretos 1445, 1446 y 1447* que en cierta forma ponen orden a la radiodifusión sonora.

Con el *decreto 1445* se adoptan los Planes Técnicos Nacionales de Radiodifusión Sonora en AM y FM que a su vez forman parte del Plan General de Radiodifusión. En el *decreto 1446*, que clasifica el servicio de radiodifusión sonora, establece normas sobre el establecimiento, organización y funcionamiento de las cadenas radiales y en el artículo 3, que clasifica el servicio de radiodifusión de acuerdo a la orientación de la programación, el literal C, determina que la radio comunitaria será aquella cuya programación esté destinada en forma específica a satisfacer necesidades de una comunidad organizada.

Con el *decreto 1447/95* se reglamenta la concesión del servicio de radiodifusión sonora en gestión directa e indirecta, se define el Plan General de Radiodifusión Sonora y se determinan los criterios y conceptos tarifarios y las sanciones aplicables al servicio. Esta norma que puede ser considerada como la ley marco para el servicio público de radiodifusión pareciera ser que fuera la regulación para radio comunitaria si tenemos en cuenta que todo Capítulo V se enfoca en el servicio comunitario, como en efecto se nombra dicho capítulo. Para ilustrar lo anterior tenemos que el artículo 21 define el servicio comunitario de radiodifusión sonora como un servicio público sin ánimo de lucro; el artículo 22 establece taxativamente cuáles son los fines del servicio, determinando que se deberán emitir programas de interés social que propicien el desarrollo socioeconómico y cultural y el sano esparcimiento, resaltando los valores esenciales de la nacionalidad, dentro de un ambiente de integración y solidaridad; el artículo 23 establece las condiciones que deben reunir las comunidades organizadas para prestar el servicio comunitario de radiodifusión, destacando el hecho de que se modifica el requisito establecido en el *decreto 1695 del 94* según el cual se requiere que la comunidad organizada “*debe contemplar dentro de sus estatutos, de manera explícita, como objetivo social, el desarrollo de la comunicación social como instrumento de desarrollo y participación comunitaria*”

El capítulo V del *decreto 1447 del 95* se establece, pues, como el marco legal para las emisoras comunitarias. Los once artículos que lo conforman (del 21

al 31) determinan cómo prestar el servicio público de radiodifusión comunitaria, quiénes pueden acceder a la convocatoria pública del Ministerio de Comunicaciones y presentar sus solicitudes para prestarlo, bajo cuáles condiciones el Estado considerará la viabilidad de la concesión para la prestación del servicio de radiodifusión, cuáles serán los procedimientos para otorgar las licencias de funcionamiento, cuáles las fuentes de financiamiento y reinversión de recursos de las emisoras comunitarias cuando ya están funcionando. De igual forma se establece cómo deben ser los programas a emitir y de qué manera se procederá a la comercialización de los espacios. Según este decreto, a las emisoras comunitarias les corresponde las estaciones clase D en la frecuencia FM con una potencia de hasta 250 vatios. Uno de los mayores logros del *decreto 1447/95* estuvo en incluir a las emisoras comunitarias dentro del Plan General de Radiodifusión.

En cuanto al aspecto tarifario en el capítulo VI, artículo 32, del *decreto 1447/95* se establece que los concesionarios de radiodifusión sonora pagarán por derechos de la concesión o la prórroga determinada cantidad de dinero, dejando también la posibilidad de que las emisoras comunitarias tengan un trato preferencial. El Ministerio de Comunicaciones desarrolla esta situación con la *Resolución 1186 del 29 de febrero de 1997* mediante la cual fija las tarifas que deben pagar los concesionarios del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora.

La reglamentación que hemos venido revisando posibilitó que promediando el año de 1998 el Ministerio de Comunicaciones hubiera otorgado 564 licencias a comunidades organizadas para la prestación del servicio comunitario de radiodifusión. Para ese entonces el 60% de esas comunidades habían solicitado una ampliación del plazo estipulado en el artículo 26 del *decreto 1447 de 1995* para la instalación y puesta en funcionamiento de las estaciones debido a la insuficiencia en recursos técnicos y financieros que les permitiera una mayor celeridad. Esta situación lleva a que el Gobierno Nacional modifique dicho artículo mediante el *decreto 1439* del 27 de julio de 1998, ampliando el plazo de seis meses a un año para la instalación y puesta en funcionamiento de la estación correspondiente.

El proceso de ordenamiento jurídico para las emisoras comunitarias continúa en el gobierno del presidente Andrés Pastrana Arango quien expide el *decreto 1021* del 18 de junio de 1999 mediante el cual se determinan los alcances de

las expresiones aportes, colaboraciones, auspicios y patrocinios de que tratan los *decretos 1446 y 1447* de 1995.

3.4 MARCO CONCEPTUAL

Las emisoras comunitarias en Colombia adquieren vida jurídica en el año de 1994 mediante el decreto 1695. Se podría pensar que se trató de una consecuencia del espíritu de la Constitución Política de 1991 que reordena nuestra democracia representativa a una participativa.

La nueva Constitución establece que la soberanía reside no en la Nación, como se determinaba en la Constitución de 1886, sino exclusivamente en el pueblo, reconociendo, de esta forma, en las comunidades su papel protagónico en la conducción del país. La democratización de los medios de comunicación social tiene su apoyo legal en el artículo 20 de la Constitución Política mediante el cual se garantiza que cualquier persona puede fundar medios masivos de comunicación y que es un derecho de los ciudadanos recibir una información oportuna, veraz e imparcial.

Una de las dificultades en la elaboración de un marco conceptual como el que nos ocupa es que *comunidad, participación y radio comunitaria* son términos que en cierta forma recién se ponen en moda y que, aunque antes existían, su uso ha sido indiscriminado de manera tal que se han convertido en “*términos comodines*” que cada quien los usa de acuerdo con sus conveniencias, especialmente lo que toca con *comunidad y participación*.

3.4.1 Lo alternativo en comunicación. Hablar de radio comunitaria remite indefectiblemente a medios de comunicación alternativos. Como se planteaba en el punto de los antecedentes del problema, las comunidades siempre se las han ingeniado para hacerse oír y para escuchar a sus conciudadanos, conformando al lado de los medios masivos de comunicación medios artesanales de comunicación. El hecho mismo de que los medios populares vayan al lado de los grandes los ha ido constituyendo en medios alternativos. Al respecto los profesores José Fernando Sánchez y Enrique Rodríguez C. sobre lo alternativo en comunicación dicen que esto “se ha planteado en la búsqueda de modelos distintos a los que operan en el campo

hegemónico de los mass media en una sociedad industrial y tecnológicamente avanzada”.¹⁷

La posibilidad de hacer un trabajo alternativo en comunicación es sólo aceptable en la medida en que el trabajo esté articulado a un movimiento social, y su alternatividad depende de que en el interior del movimiento la comunicación, más que desempeñar un papel instrumental, sea un espacio de cohesión entre la propuesta política, las formas culturales de que se reviste y la comunidad que la produce.

Lo alternativo en comunicación se debe plantear desde cada uno de los elementos que constituyen el proceso comunicativo: *Emisor, mensaje, canal y receptor*. Esto hace que con sumo cuidado se deba determinar ***qué es lo que hace alternativo a un medio de comunicación***, situación que aunque no se pretende dilucidar en este trabajo investigativo pero que sí debe ser tomada en cuenta cuando se trabaja con medios que son auspiciados, operados y mantenidos por la comunidad, sí se puede aventurar una aproximación al respecto.

Conviene anotar que lo que hoy en un contexto político, económico y social concreto puede ser hegemónico, antes pudo ser alternativo o viceversa, razón por la cual los profesores Sánchez y Rodríguez resaltan el carácter inacabado y en constante movimiento de lo alternativo, invitando a ver la alternatividad en la comunicación no como algo concreto en “*conceptos y prácticas definidas totalmente como alternativas*” sino que “*lo que se puede hallar (son) elementos alternativos definidos en relación a la parte del proceso comunicativo en el cual se desarrollan*”; por lo tanto, “*lo alternativo está ligado a un modelo particular de comunicación*”.¹⁸

Es por lo anterior que resulta imprescindible que en el proceso de la comunicación se deba abordar la alternatividad desde todos los elementos del modelo comunicativo, abordaje que, v/g., si se hace desde el emisor, no debe descuidar los otros elementos.

Pensar lo alternativo respecto al *emisor* nos lleva a considerar la propiedad de los medios de comunicación. Hay quienes piensan que el cambio de dueño

¹⁷Rodríguez, Enrique. Sánchez, José Fernando. Op. Cit. 1995. Pág. 7

¹⁸ Rodríguez, Enrique. Sánchez, José Fernando. Op. Cit. 1995. Pág. 8

produce nuevas formas de hacer comunicación: *los medios del pueblo para el servicio del pueblo* para a partir de ahí generar cambios estructurales en la sociedad motivados por los mensajes alternativos que se emitirían. Según esta postura, la comunicación ocupa un lugar secundario y dependiente de la política.

Las experiencias de comunicación alternativa desde el emisor han tenido una estrecha ligazón con los movimientos de izquierda desde los cuales se ha planteado que a través de los medios burgueses se pueden difundir contenidos progresistas. Esta posibilidad la sustentan en *que cambiando los contenidos de los mensajes sin alterar su forma se podían producir mensajes nuevos y alternativos respecto a los producidos por los medios dominantes*.¹⁹

La razón por la cual experiencias de emisoras surgidas como “comunitarias” y que no dejaron de ser remedos de estaciones comerciales puede estar en que sus promotores creyeron en la ilusión de que el sólo cambio de dueño posibilitaría una comunicación participativa y comunitaria con un cambio de contenidos. Esta dificultad se podría obviar ensayando nuevas formas de producir la comunicación desde su organización misma y un sentido distinto de la división del trabajo. Es procedente la idea de poner al ciudadano del común a que planifique, diseñe y realice sus propios programas con ayuda profesional.

De manera coloquial se dice que *quien paga los músicos tiene derecho a pedir la música*, y este aforismo también se podría parodiar respecto a la propiedad del medio de comunicación. Muchos medios que se autoproclaman alternativos lo hacen sobre la base de su *independencia como propietarios frente a los grandes conglomerados de la comunicación, sin tener en cuenta los contenidos, formas y relaciones de producción que se establecen y, sobre todo, los resultados del trabajo que se obtienen*.²⁰

Quienes le apuestan a la comunicación alternativa enfatizando la alternatividad desde el medio corren el doble riesgo de caer en *la fascinación que el medio puede despertar en los emisores, quienes terminan viendo la radio o la televisión como un juguete para su propia diversión y la de sus*

¹⁹ Rodríguez, Enrique. Sánchez, José Fernando. Op. Cit. 1995. Pág. 11

²⁰ Rodríguez, Enrique. Sánchez, José Fernando. Op. Cit. 1995. Pág. 14

*vecinos.*²¹ El otro riesgo es que al entrar en competencia contra los grandes monopolios en procura de audiencia, los medios tradicionales demuestran gran versatilidad para *insertar en su lenguaje los nuevos modelos, las nuevas formas de comunicación que en su momento los medios alternativos propagaron, asumiéndolos como suyos y separándolos no sólo del contexto político y social en que fueron construidos, sino inclusive desapropiándolos de sus iniciativas discursivas.*²²

A manera de aliento para quienes le siguen apostando al énfasis de lo alternativo en los medios resulta interesante el inventario de “*aportes a la conformación de elementos alternativos en la comunicación* que toman los profesores Sánchez y Rodríguez del texto *Alternativas en Comunicación* de Mart de Foncuberta y J. L. Gómez Mompart:

Un lenguaje que huye de la redundancia y del estereotipo. Intento de ruptura del discurso tradicional.

Una forma de producción comunicativa diferente que en terminología marxista, presupone un intento de no división del trabajo.

Puesta en cuestión de la comunicación oficial y “establecida”.

*Contrainformación.*²³

Quienes pregonan lo alternativo desde el *receptor* se ubican en la mitad del camino de aquellos que enfatizan lo alternativo en el emisor o en el medio ya que plantean que lo que se debe buscar es la real participación del receptor y propender por lo que Mario Kaplum denomina “*emirec*”, es decir, que la comunidad en el proceso comunicativo produzca, que no sea un convidado de piedra.

El énfasis en el *receptor* que permitiría lo alternativo en comunicación tiene que ver con la posibilidad de que este incida en el proceso comunicativo, no desde la recepción como tal sino desde la misma producción. Es decir, no sería la participación “natural” de los receptores en los medios tradicionales donde quien consume el medio y frente a lo que este le propone tiene la “libertad natural” de escoger. *El esquema del receptor pasivo y sufriente, puro, del proceso de comunicación, se cae y da paso a un actor más de la*

²¹ Rodríguez, Enrique. Sánchez, José Fernando. Op. Cit. 1995. Pág. 15

²² Rodríguez, Enrique. Sánchez, José Fernando. Op. Cit. 1995. Pág. 15

²³ Rodríguez, Enrique. Sánchez, José Fernando. Op. Cit. 1995. Pág. 15

*relación comunicativa, que de manera activa influye sobre el emisor y el mensaje, estableciendo su propia manera de ver y concebir el mundo.*²⁴

Finalmente hay que agregar que si se quiere privilegiar lo alternativo desde cualquiera de los elementos del proceso comunicativo, indefectiblemente se verán afectados los demás elementos, y que lo alternativo será algo de nunca acabar porque siempre existirán razones para cambiar y proponer nuevas forma de comunicación que sean más humanas, solidarias y democráticas.

3.4.2 Radio Comunitaria Para que la *radio comunitaria* no caiga en el esquema de la radio tradicional, hegemónica o comercial debe tener unas características muy precisas entre las cuales se destaca que entre sus objetivos debe estar el servicio a la comunidad y la participación activa de la misma en el proyecto radiofónico.

La profesora Chabtree dice que “*la radio comunitaria se caracteriza por algunos de los siguientes elementos o por todos ellos:*”

1. *La emisora está ubicada dentro de la comunidad de la cual desea formar parte.*
2. *La estación es de propiedad de los miembros de la comunidad, que tienen el permiso para manejarla.*
3. *La estación es operada cada día por los miembros de la comunidad, aun cuando existan algunos profesionales como parte del staff.*
4. *Los miembros de la comunidad están integrados en los procesos de toma de decisiones.*
5. *Las decisiones se adoptan mediante una estructura de poder descentralizada y un proceso democrático.*
6. *La programación se produce localmente, empleando miembros de la comunidad.*
7. *La programación intenta abordar las necesidades de la comunidad.*
8. *La emisora tiene un método para captar las necesidades y preferencias de la comunidad.*
9. *Los miembros de la minoría de la comunidad forman parte de la administración de la emisora y de la realización de los programas.*
10. *La programación refleja mayor diversidad de lo que existe en la radio nacional y/o comercial.*

²⁴ Rodríguez, Enrique. Sánchez, José Fernando. Op. Cit. 1995. Pág. 17

11. *Los miembros de la comunidad pueden salir al aire.*
12. *El formato y el estilo de los programas no refleja el profesionalismo pulido de los medios comerciales u oficiales*
13. *Existen mecanismos para mantener un flujo comunicativo de doble vía”.*²⁵

La **radio comunitaria** debe jugar un papel importante en los procesos de participación y formación de nuevos ciudadanos, generando espacios para el debate, la discusión, el análisis y debe ser el vocero de las normas, leyes, decretos y todo aquello que sirva para fortalecer en la acción esta filosofía que nos lleve a construir un nuevo país. De ahí, pues, el reto de las emisoras comunitarias de *“no solo transmitir un discurso hegemónico sino ser protagonistas de una práctica que cuestione el actual consenso”*²⁶

El ideal es que la radio comunitaria contribuya a la identidad y al desarrollo de la comunidad, que permita la programación de las minorías y que las noticias alternativas sean escuchadas.

Una radio en los anteriores términos es una esperanza en los actuales tiempos de globalización y unanimismo político donde lo público se va diluyendo y el sentido de servicio público de la radio se va perdiendo frente a los procesos privatizadores, procesos que aunque aumentan los canales y las horas de transmisión no se refleja en una democratización de los medios.

Así como la radio comunitaria debe trascender el discurso contestatario, también debe evitar el ser exclusivamente instructiva (dedicada a la educación, a la instrucción), debiendo propender por ser un medio artístico, creativo. La radio comunitaria debe ser el espacio en el cual se pongan en escena nuevas propuestas para contar las cosas.

Cuando la presión de las leyes del mercado es fuerte, cuando se obliga a que las emisoras comunitarias sean auto sostenibles, se debe evitar caer en un excesivo profesionalismo pues esto amenaza la esencia de la *radio comunitaria*. Si la orientación al mercado es fuerte, se debe mantener un ambiente democrático de trabajo.

²⁵ Chabtree, Robin D. Op. Cit. 1993. Pág. 56

²⁶ González Paz, Ana Lucía. Op. Cit. 2000. Pág. 8

La legislación de las emisoras comunitarias determina que estas serán operadas por comunidades organizadas y que su razón de ser está en que deben ser mucho más que un medio: deben involucrarse como sociedad civil organizada que posibilite una transformación social, razón por la cual para hacer radio comunitaria hay que tener en cuenta el contexto cultural en el que está inserta y debe ser un espacio de apertura que facilite la dinámica participativa.

La radio comunitaria no debe legitimarse en una “retroalimentación” –*feedback*- sino en una “prealimentación” –*feed forward*-, lo cual se puede lograr si para la elaboración de sus programas la comunidad es consultada. Se debe facilitar la intervención y apropiación del medio por parte de la comunidad para que sea ella misma quien la defienda en momentos en que se dé la necesidad de afrontar a los que intenten impedirlo.

Uno de los argumentos esgrimidos por la Fundación Empresarial para el desarrollo de Yumbo, *FEDY*, para sustentar el carácter comunitario de la *Emisora Yumbo Estéreo* es el hecho de que la estación es operada por ciudadanos comunes y corrientes y que *Fedy* es una comunidad. Sobre este punto resulta importante deslindar el concepto de **comunidad**, ya que una de las condiciones que define la *radio comunitaria* es su ligazón con las comunidades organizadas.

3.4.3 Comunidad. Tratar de entender **comunidad** resulta dispendioso ya que es un concepto vago que difícilmente puede concebirse con un sentido único. El concepto **comunidad** se usa para designar realidades tan diferentes como un convento de monjas como la misma comunidad internacional. Hay quienes emplean el término **comunidad** con una connotación territorial, lo cual es completamente válido aludiendo a espacios pequeños o restringidos que componen unidades.

Hoy en día el término **comunidad** es uno de los que más se usa y abusa pues sirve para justificar cualquier hecho positivo o para desmentir cualquiera negativo; si se quiere presionar cualquier decisión se apela a ella. Convendría preguntarse si los líderes ven a la comunidad como una sumatoria de miembros o como una “**común-unidad**” de criterios y sueños que cohesionan la masa de la población.

En este punto de la discusión resulta interesante la definición de **comunidad** que plantean los profesores José Fernando Sánchez y Enrique Rodríguez: *Comunidad es una convergencia de destinos expresada en un proyecto de vida aceptado y compartido en los aspectos más esenciales por todos sus miembros, y manifestado en un proyecto político delimitado, un universo simbólico identificable y comprensible, un conjunto de valores conscientes y diferenciados, la aceptación mutua de una identidad parcialmente similar y el reconocimiento del derecho a ocupar un lugar propio dentro de esa comunidad para sí y para el otro*”²⁷

La **comunidad** según la anterior definición estaría cohesionada por los intereses y objetivos comunes sobre los cuales hay consenso y adhesión voluntaria mediante unas creencias, principios y normas. La no aceptación de dichos elementos excluye al individuo.

El sociólogo Ezequiel Ander-Egg respecto del término **comunidad** dice que *“A pesar del sentido analógico con que se usa y la variada gama de contenidos que se asigna al término, en general la expresión sirve para designar a una agrupación organizada de personas que se perciben como unidad social, cuyos miembros participan de algún rasgo, interés, elemento, objetivo o función común, con conciencia de pertenencia, situadas en una determinada área geográfica en la cual la pluralidad de personas interacciona más intensamente entre sí que en otro contexto.*”²⁸

Sin embargo, sobre esta definición hay que decir que no siempre la ubicación en una determinada área geográfica es una condición sine qua non para definir la comunidad. El avance de la tecnología posibilita al “ciudadano del mundo” trascender fronteras geográficas y compartir proyectos e incidir en situaciones alejadas territorialmente a su lugar de hábitat. Es decir, hay identidad a través de la vivencia y el mantenimiento de ciertos valores e intereses comunes, dándose entre los individuos un permanente proceso de intercambio mutuo y de solidaridad consciente.

Unas calidades y unas condiciones tan precisas de lo que debe ser una **comunidad** lleva a cuestionar hasta qué punto las imagen que de ella tenemos

²⁷ Rodríguez, Enrique. Sánchez, José Fernando. Op. Cit. 1995. Pág. 22

²⁸ Ander-Egg, Ezequiel. Diccionario del Trabajo Social. Plaza y Janés Editores. Bogotá. 1986. Pág.104

se ajusta o no a unos parámetros como los antes descritos. A lo largo del tiempo hemos usado indiscriminadamente el concepto de comunidad, grupo, colectivo, sociedad etc.

3.4.4 Participación. El término participación es uno de los que más se ha manipulado en estos tiempos de nueva Constitución Política. Es anécdota contada la situación que viven sectores de la población a quienes se recurre para cumplir con un requerimiento participativo que avale la toma de alguna decisión gubernamental, y se les informa de algún proceso, o se les pregunta una que otra puntualidad y se muestra esto como un proceso participativo.

Es posible que una participación en los escuetos términos esbozados atienda dos de los niveles que comportan la participación (*información y consulta*) pero dista mucho de lo que autores como Sánchez y Rodríguez consideran que es la participación y que *está referida a la posibilidad de intervención real en los procesos de una sociedad, sean estos culturales, económicos o políticos.*²⁹

El investigador Jorge Murcia Florián plantea que la **participación** es un *proceso de comunicación, decisión y ejecución que permite el intercambio permanente de conocimientos y experiencias y clarifica el poder de decisión y el compromiso de la comunidad en la gestión, programación y desarrollo de acciones conjuntas.*³⁰ Por su parte la autora Esperanza González considera que la **participación** es *el proceso consciente que realizan las personas para tomar parte en las decisiones que a diario tocan con su forma de vida.*³¹, siendo un instrumento clave para contribuir a la solución de los problemas más acuciantes a nivel local y para la realización de una gestión más democrática, eficiente y eficaz.³²

Participación y democracia van de la mano en tanto en cuanto la participación es vista como un elemento prioritario de la democratización, puesto que con ella se busca generar un conjunto de prácticas sociales que produzcan el efecto de ampliar la capacidad de influencia sobre el proceso de toma de decisiones en todos los niveles de la actualidad social y de las instituciones sociales.

²⁹ Rodríguez, Enrique. Sánchez, José Fernando. Op. Cit. 1995. Pág. 18

³⁰ Citado por Rodríguez y Sánchez. Op. Cit. 1995. Pág. 21

³¹ González R., Esperanza. Manual sobre participación y organización para la gestión local. Ediciones Foro Nacional por Colombia. Cali. 1996. Pág. 17

³² González R., Esperanza. Op. Cit. 1997. Pág. 15

Delimitando el alcance real de lo que significa la **participación** resulta prudente tener en cuenta que esta también difiere según la esfera, bien sea privada o pública, donde el individuo participa. Es así como tenemos que la **participación** en la esfera privada se da en dos tipos: **participación social** y **participación comunitaria**, siendo que la primera “*se refiere al proceso de agrupamiento de los individuos en distintas organizaciones de la sociedad civil para la defensa y representación de sus respectivos intereses. Mediante este tipo de participación se va configurando un tejido social de organizaciones que puede ser instrumento clave en el desarrollo de otras formas de participación, especialmente en la esfera pública*”. Por su parte la **participación comunitaria** “*alude a las acciones ejecutadas colectivamente por los ciudadanos en la búsqueda de soluciones a las necesidades de su vida cotidiana. Estas acciones están vinculadas directamente al desarrollo comunitario y pueden contar o no con la presencia del Estado*”.³³

Siguiendo con la autora Esperanza González tenemos que cuando los escenarios en los cuales los individuos toman parte son de la esfera pública, la **participación** es del tipo ciudadano o político. “*La participación ciudadana se define como la intervención de los ciudadanos en la esfera pública en función de intereses sociales de carácter particular. La representación de los usuarios de los servicios en las Juntas Directivas de la Empresas públicas, los Comités de Veeduría, las Juntas Administradoras Locales son escenarios de participación ciudadana.*”³⁴

“*La participación política es la intervención de los ciudadanos a través de ciertos instrumentos (el voto, por ejemplo) para lograr la materialización de los intereses de una comunidad política. La acción individual o colectiva se inspira en intereses particulares...siendo el contexto el de las relaciones entre la sociedad civil y el Estado*”.³⁵

La misma González establece que independiente de la esfera en que se lleve a cabo la **participación** no todos los procesos tienen el mismo alcance. El impacto de la intervención real de los individuos y los grupos se ve según los niveles del proceso participativo en que se intervenga. Los niveles que identifica la autora son los siguientes:

³³ González R, Esperanza. Op. Cit. 1996. Págs. 18-19

³⁴ González R, Esperanza. Op. Cit. 1996. Pág.19

³⁵ González R, Esperanza. Op. Cit. 1996. Pág. 19

- *Información*
- *Consulta*
- *Iniciativa*
- *Fiscalización*
- *Concertación*
- *Decisión*
- *Gestión*³⁶

Son niveles de participación en los que cada ciudadano pone su granito de arena en las decisiones que se toman en su localidad y que de alguna manera afectan su vida cotidiana. Es indudable que el impacto será más efectivo en la medida que se participe en la mayor cantidad de niveles, siendo lo ideal incidir en cada uno de ellos.

Finalmente hay que decir que hablar de participación supone que en la comunidad existe el interés y la motivación para participar, es decir, que se quiere participar. Pero esto no es suficiente, además del deseo, también debe existir el conocimiento sobre el problema específico, saber cuál es el mecanismo para resolverlo, quienes los actores que intervienen en el proceso, con qué herramientas y dar cuáles pasos para llevar a feliz término sus acciones.

³⁶ González R, Esperanza. Op. Cit. 1996. Pág. 19

4 MÉTODO

4.1 ENFOQUE METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

Los paradigmas investigativos no se limitan simplemente a un asunto de técnicas o perspectivas desde donde mirar las cosas. El paradigma investigativo es “*un conjunto de suposiciones interrelacionadas con respecto al mundo y que proporcionan un marco filosófico para su estudio*”³⁷ En vista de que la investigación sobre la *participación comunitaria* en la *emisora Yumbo Estéreo* no se puede limitar a su medición en cifras, sino que hay otros elementos intangibles como la motivación, el contexto social, económico y político que solo se pueden conocer desde el *enfoque cualitativo*, es lo que hace que éste sea el más adecuado para este tipo de investigación.

Sin embargo, como en todo proceso investigativo, no se puede decir que el enfoque sea cien por ciento único, sino que se puede dar el caso (como en efecto se da en las investigaciones contemporáneas) de una combinación de enfoques, estrategias y diseños. De manera artesanal en esta investigación se recurrió a la complementariedad de lo cualitativo y lo cuantitativo como cuando se optó por las cifras para determinar los alcances de la participación en la programación de la emisora.

Sobre esto de la combinación de enfoques, estrategias y diseños es pertinente detenernos para decir que los problemas sociales deben ser abordados desde la interdisciplinariedad de las ciencias sociales para una mejor construcción del conocimiento. Es claro que no se trata de considerar las disciplinas como una caja de herramientas a la cual acudir en caso de emergencia, sino de formular

³⁷ Torres C., Alfonso. Enfoques Cualitativos y Participativos en Investigación Social. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de Unisur. Santafé de Bogotá, 1995. Pág. 23

“*estrategias serias que logren integrar el análisis y la interpretación de datos con el fin de enriquecer la comprensión del problema que se investiga*”.³⁸

La temática de la presente investigación para determinar la participación comunitaria en la *Emisora Yumbo Estéreo* es propia de ser abordada desde un *enfoque cualitativo* por ser la que mejor se ajusta a los objetivos propuestos y al objeto de estudio. Este enfoque permite abordar aspectos que el enfoque cuantitativo no lo permitiría porque la *emisora Yumbo Estéreo*, funciona en tanto en cuanto hay seres de carne y hueso que lo permiten: se podría afirmar que la *emisora* es un ser vivo ya que lo que sea hoy o deje de ser depende de lo que determinen sus actores.

La *emisora Yumbo Estéreo* es una construcción social en la que han intervenido muchos actores. El cuerpo social de la *emisora Yumbo Estéreo* es *una unidad social y cultural vinculada por su historia, por una interacción específica y un universo simbólico compartido*³⁹. Los actores sociales involucrados en la *emisora Yumbo Estéreo* conforman un grupo con cierta identidad que tiene incidencia en la investigación misma.

El objeto de esta investigación no es describir lo que significa ***participación comunitaria*** en los medios de comunicación. La intención no rebasa el límite de suscitar preguntas e inquietudes sobre ello, por eso lo que se ha querido es mostrar la configuración histórica de la *emisora Yumbo Estéreo* para que sirva de punto de partida para otras investigaciones.

La *observación participante* y la *investigación documental* fueron las estrategias metodológicas o propuestas operativas de *investigación cualitativa* para conocer el proceso de la emisora Yumbo Estéreo desde su creación hasta septiembre del 2001.

A veces los linderos entre las estrategias investigativas se tornan tenues, razón por la cual no se puede descartar que en este trabajo de investigación también se haya utilizado *el estudio de caso*, tal como lo conciben algunos

³⁸ Bonilla-Castro, E. Rodríguez, P. Más allá del dilema de los métodos. Ediciones Uniandes-Norma. Santafé de Bogotá, 1997. p.163. Para mayor ilustración también ver en el mismo texto: EMIC: Una estrategia para integrar datos cualitativos y cuantitativos. P 163.

³⁹ Torres C., Alfonso. Enfoques Cualitativos y Participativos en Investigación Social. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de Unisur. Santafé de Bogotá, 1995. pp. 71

investigadores, que es un método cualitativo de investigación que consiste en “una indagación empírica que utiliza múltiples fuentes de conocimiento para investigar un fenómeno actual dentro de su contexto de vida real, y en el que las fronteras entre el fenómeno y su contexto no quedan claramente delimitadas”⁴⁰, y que en el caso de conocer la participación comunitaria en un medio de comunicación, también nos dirá mucho de esa misma participación en otros escenarios de la vida cotidiana.

La descripción de la *participación comunitaria* en la *Emisora Yumbo Estéreo* se inscribe en el *enfoque cualitativo* pues con esta investigación no se pretende elaborar leyes que se puedan aplicar en todas las emisoras comunitarias, pues cada una de las experiencias son diferentes en la medida que tienen actores por lo mismo diferentes: se pretende dar cuenta de un estado de cosas en un lapso de tiempo concreto y con unos actores específicos. Esto, sin embargo, no significa que a partir de la investigación en la *Emisora Yumbo Estéreo* no se pueda abordar la experiencia de las radios comunitarias en general.

La descripción también posibilita el conocimiento de la emisora para a partir de ahí determinar qué tanto estaban abiertas las posibilidades de la *participación comunitaria*. En ningún momento se pretendió validar o invalidar teorías acerca de qué eran los medios alternativos, comunidad y participación: fue el mostrar un estado de cosas en concreto. El papel que juega el marco conceptual es el de indicar en una puesta en común a qué se está refiriendo cuando se habla de *participación, comunidad y radio comunitaria*.

4.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El querer conocer el nivel de participación de la comunidad en la *Emisora Yumbo Estéreo* llevó a observar su funcionamiento, entablar diálogo con sus promotores y hacer acopio de documentación.

⁴⁰ Wimmer, Roger y Dominick, Joseph. La investigación científica de medios de comunicación. Bosch Casa Editorial. Barcelona, 1996. Pág. 160. Citado por *González Paz, Ana Lucía .Op. Cit 2000.Introducción .Pág. 2. Internet*

El tener cierta cercanía con la *Emisora Yumbo Estéreo* y la *Fundación Empresarial para el Desarrollo de Yumbo, Fedy*, en tanto que se tuvo vinculación con el periódico *El Yumbeño* editado por esta Fundación, posibilitó conocer de primera mano cómo funciona la Emisora.

Por tratarse de una investigación de carácter cualitativo el instrumento más adecuado para abordar a las personas que tuvieron que ver con el inicio de la Emisora y con su funcionamiento, fue la *entrevista informal conversacional* que es un tipo de *entrevista cualitativa*. Según este instrumento “*las preguntas se formulan en torno a un asunto que se explora ampliamente, sin usar ninguna guía que delimite el proceso. No se espera obtener información sistemática sino, por el contrario, captar el margen de variabilidad en la información que reportan las personas. Esta modalidad es pertinente cuando el objetivo es aclarar o entender mejor alguna situación que se está observando.*”⁴¹ Sin embargo, este tipo de entrevista encasillaría demasiado el proceso de obtención de información, por tanto, hubo menester de alterarla en cierta forma y, reconociéndole sus bondades, emplearla en los diálogos con los actores activos y pasivos involucrados en la emisora *Yumbo Estéreo F.M. 107.0*, pero formulando preguntas abiertas.

Es posible que este trabajo no haya contado con la toda la rigurosidad científica pero lo que sí se ha pretendido es que sea una mirada a las emisoras comunitarias desde una conceptualización que se ha ido construyendo sobre la marcha.

4.2.1 Contacto con la comunidad. Esta fase de la metodología se llevó a cabo en dos frentes. Este trabajo se desarrolló de manera paralela con el personal de la Fedy y la emisora, y los representantes de las organizaciones asentadas en el municipio de Yumbo y que tuvieron que ver con la proyección, montaje y funcionamiento de la estación radial.

Inicialmente para desarrollar la investigación no fue fácil que el personal ejecutivo de la *Fedy* en un principio accediera a colaborar en el empeño. No se logró identificar si el obstáculo estuvo en los mandos medios o en el mismo director ejecutivo de la Fundación, quien no tuviera interés en ventilar el asunto. Al respecto se especuló que a él le asistían razones de orden personal

⁴¹ Bonilla-Castro, E. Rodríguez, P. Op. Cit.1997. P. 96

y político para no abordar el asunto con ninguna persona, pues también era renuente con miembros de la Asociación de Juntas Comunales de Yumbo quienes querían asumir un papel protagónico en la emisora local.⁴²

Hay que aceptar que en las acciones preliminares conducentes a la investigación faltó ser más claros con los empleados de la Fedy y aclararles cuáles eran las motivaciones para conocer todo lo relacionado con la Emisora.

Para la formación de una idea sucinta de lo que ha sido la emisora se debió, inicialmente, recurrir a terceras personas y al acopio de documentos que, aun cuando tienen el membrete de la Fedy y de la emisora, no brindaban la certeza absoluta de que reflejaran la posición oficial de dicha Fundación frente al medio de comunicación. (Ver Anexo N° 6). Esta duda fue aclarada después cuando se logró bajar la prevención de los funcionarios de la emisora, verificando que los documentos eran reales.

Para lograr una mayor colaboración del personal de la emisora fue necesario aclarar que el trabajo de investigación correspondía a un requisito académico de interés netamente personal, lo cual no descartaba que las conclusiones a que se llegaran pudieran ser tenidas en cuenta para el mejoramiento de la emisora. La solicitud inicial de información se procuró que fuera muy prudente para no herir susceptibilidades de los coordinadores de la estación radial, en el entendido de que fueran a pensar que se les estaba fiscalizando su labor y que les fuera a costar el empleo. Se tuvo ese temor, aun cuando nunca fue manifestado expresamente por ellos el supuesto celo.

Cuando se logró aclarar la situación respecto al trabajo investigativo, la comunicación se tornó más fluida y el director ejecutivo de la Fundación coincidió en que los resultados del trabajo de investigación deberían de servir para darle un manejo diferente a la emisora, y en tal sentido siempre que tuvo la oportunidad así lo reclamó.

En cuanto a las organizaciones que tuvieron que ver con el proyecto inicial de la emisora solamente se entabló comunicación con los representantes de

⁴² En el transcurso de la investigación se pudo dilucidar la renuencia del personal de la *Fedy* a ventilar el asunto: se sabían responsables de la emisora y de que estaban solos en el empeño de sacar adelante administrativa y financieramente la misma, a lo cual se agregó que hubo mucha cautela para evitar protagonismos en la emisora.

aquellas que tienen asiento en el municipio de Yumbo, en vista de que interesaba conocer cuál era su apreciación de la emisora al tener contacto permanente con ella bien por que la escucharan o por que tuvieran referencia por vecinos o compañeros de actividades.

En tal sentido, se estableció contacto con los representantes de las organizaciones que figuraban como integrantes del Consejo Consultivo de la emisora, es decir, la Fundación Mixta Politécnico Universidad del Valle, la Asociación de Juntas de Acción Comunal, la Iglesia, el Club de Leones, la Asociación de Usuarios Campesinos y la Asociación de Comerciantes de Yumbo. Todos ellos coincidieron en afirmar que el rol desempeñado por esas entidades en el proceso de creación de la emisora comunitaria consistió solamente en dar por escrito un aval en el que manifestaban que Yumbo requería de dicho medio de comunicación.

El no contactar a las organizaciones que deberían conformar el Consejo de Administración de la emisora obedeció a que todas ellas (Fundación Good-Year, Fundación Propal, Fundación Mac y Fundación Apoyo a la Solidaridad) entre sus actividades tienen el prestar un servicio social en el municipio de Yumbo, pero su vinculación no es directa sino a través del patrocinio o la financiación de algunos programas en beneficio de la comunidad.⁴³

4.2.2 Recolección de información. De acuerdo con lo planteado en el diseño de la investigación, se privilegió la observación directa del funcionamiento de la emisora para lo cual se utilizó el recurso del diario de campo, la entrevista informal conversacional y la investigación documental. Hubo acceso a fuentes primarias como actas de reuniones, programación de la emisora, copias de grabaciones de programas para conocer el lenguaje usado, lo mismo que la asistencia a la emisión de programas informativos y participativos.

⁴³ Algunas empresas del sector industrial de Yumbo han procurado a través de Fundaciones adelantar trabajos sociales como una manera de aminorar el impacto ambiental de sus actividades en la comunidad y, además, como una manera de proyectar una buena imagen que redunde en una aceptación social en la gente. Esa fue una de las razones por las cuales se constituyó la Fedy, pues les preocupaba el bajo nivel de vida de los yumbeños que se desprendía de la falta de oportunidades laborales, económicas, sociales y de recreación. Estas fundaciones han querido disminuir las causas del caldo de cultivo de una explosión de protesta social en el municipio de Yumbo.

En la fase de la recolección de datos se presentó el inconveniente de que en la *Fedy* no está organizada la documentación de la emisora. Resalta el hecho de la inexistencia de un archivo sistematizado, lo cual trajo como consecuencia que algunos documentos, como ocurrió con las diferentes copias de la programación que se ha tenido en el transcurso del tiempo, no se localizaran u otras carecieran de fecha.

A pesar de las dificultades, la colaboración del personal de la emisora para conocer la información fue valiosa. No escatimaron esfuerzos para facilitar lo que tuvieran, tal como lo hicieron cursando copia de la encuesta que mide la aceptación de la emisora por parte de la comunidad y sus resultados. De igual forma se tuvo acceso a los resultados de una matriz DOFA los que se recomienda que sean tenidos en cuenta para un redireccionamiento de la emisora, actividades que con este trabajo de investigación no hubiese sido posible realizar por falta de recursos humanos y económicos.

Las actividades de las emisoras comunitarias deben ser vistas no sólo en el contexto social del lugar en que funcionan, sino que también deben ser analizadas en el contexto de un Estado Social de Derecho como el nuestro.

La universidad permite la apropiación de unos conceptos teóricos desde los cuales abordar la investigación, pero hace falta el conocimiento jurídico para contextualizar las emisoras comunitarias en un Estado Social de Derecho como el nuestro. El marco legal fue posible gracias al acceso a los archivos del Ministerio de Comunicaciones en la internet, donde reposa una muy bien documentada base de datos sobre las disposiciones gubernamentales que rigen la actividad de la comunicación en nuestro país.

4.2.3 Análisis de la información. La fase de Análisis de la Información, cuyos resultados se encuentran en el punto 5 (Análisis) de este documento, se adelanta aplicando los conceptos teóricos que se han desarrollado en el transcurso de esta investigación y lo elaborado durante el avance en los estudios universitarios en el material acopiado en la fases de Contacto con la Comunidad (4.2.1.) y Recolección de Información (4.2.3).

En el proceso de organización de la información recogida en la fase de recolección de datos hubo un momento en que se presentó la dispersión de insumos, sobre todo en el conocimiento de experiencias de radio comunitaria.

Esta dificultad fue salvada cerrando el foco de investigación y aterrizando la misma a una aproximación al problema y obviar la pretensión de encontrar una explicación exhaustiva del mismo.

Fue objeto de análisis a la luz de la teoría la programación, la audiencia, mensajes y lenguaje, lo que permitió conocer si va dirigida específicamente a lo comunitario o, si por el contrario, se trata de un remedo de emisora comercial.

5 ANÁLISIS

La participación comunitaria en abstracto no existe; no deja de ser un concepto elaborado por el ser humano. La participación comunitaria es importante en la medida que sea tangible a partir de individuos que participan, es decir, que más que importarnos la existencia o no de la participación comunitaria, lo que nos inquiete debe ser que haya individuos participantes.

Yumbo, en cuanto al funcionamiento de los medios de comunicación, no ha estado ajeno a la situación nacional. En Colombia predominan las frecuencias comerciales, característica del modelo norteamericano de tenencia de los medios de comunicación, lo cual no ocurre en Europa donde la tendencia es la propiedad estatal.

La radio en nuestro país siempre ha tendido a encadenarse, existiendo pocas emisoras independientes que no han sido compradas por las grandes cadenas de radiodifusión o que hayan pasado a ser una de sus filiales. Según cifras manejadas por el Departamento Nacional de Planeación y la UNICEF la actividad monopolística en la radio se ha venido acelerando: *“mientras en 1982 el 59.2% de las emisoras existentes se hallaban vinculadas a las cadenas radiales, en 1986 ese porcentaje había subido al 66.4% con las consiguientes implicaciones sobre la programación, la financiación y las posibilidades de acceso para la población.”*⁴⁴

Sin embargo, en muchas regiones de nuestro país existen comunidades que se han resistido a la uniformidad en la comunicación y le han apostado a la alternatividad en la radio y mucho antes de que comenzara el proceso de legalización de la radio comunitaria, ya estaban experimentando con uso de altavoces y la producción radial.

⁴⁴ Anzola Patricia. *Hacia un diagnóstico de la comunicación social en Colombia DNP y UNICEF, Bogotá, 1988.* Pág. 55 Citado por González Paz, Ana Lucía. *Radio Comunitaria: el camino hacia una democracia participativa Facultad de Comunicación y Lenguaje. Radio. .El marco: la comunicación alternativa. Pontificia Universidad Javeriana. Santafé de Bogotá. 2000. .Pág. 14. Internet*

Las experiencias de comunicación alternativa que estaban viviendo muchas comunidades se fueron consolidando y a la vez presionando para que el Estado les diera un reconocimiento legal que se tradujo en unos decretos. Qué tan productivo ha resultado la legislación para allanar el camino de las emisoras comunitarias hacia una real participación y una efectiva construcción de país democrático es lo que hay que conocer, solo que la misma experiencia es relativamente joven como para aventurar un diagnóstico definitivo.

Lo anterior no es óbice para decir que analizada la reglamentación de las emisoras comunitarias tenemos que en su gran mayoría son decretos ejecutivos, es decir, promulgados por la Presidencia de la República y el Ministerio de Comunicaciones. Este hecho se ha constituido en una de las críticas que se le han formulado a la legislación sobre radios comunitarias porque ha estado supeditada a las políticas que definen los gobiernos de turno materializadas en los Decretos ejecutivos que sobre la marcha cada uno de ellos promulga.

Algunos consideran que toda la reglamentación sobre radio comunitaria debe tener la categoría de ley para que la futura regulación no dependa exclusivamente del gobierno de turno, sino que tenga que proponerse un proyecto de ley modificatorio ante el Congreso de la República, que sería la instancia institucional encargada de examinar y estudiar la viabilidad de la iniciativa legislativa. En esta dirección ha trabajado la gente comprometida con la radio comunitaria, tal y como lo demostraron los 400 participantes en el IV Encuentro Nacional de Radio Comunitaria celebrado en Bogotá en diciembre de 1999, quienes en mesas de trabajo discutieron los alcances del *proyecto de ley 183/99* en lo referente con la asignación de frecuencias, la programación, la pauta publicitaria y el proselitismo político.

Para la radiodifusión sonora comunitaria sería beneficiosa la existencia de la ley en los términos antes expuestos porque otorgaría una mayor seguridad jurídica a los actuales concesionarios que existen en el país, como también a todas aquellas comunidades organizadas que gozan actualmente de este servicio público. Esta seguridad jurídica brindaría la posibilidad de tener unas reglas de juego claras y permanentes en el tiempo

Conocer el proceso de constitución y funcionamiento de la emisora Yumbo Estéreo permitió ver como si no hay una organización en la comunidad no es

posible adelantar procesos de comunicación comunitaria y participativa. La ley establece que empresas como éstas sólo pueden ser adelantadas por comunidades organizadas, y en cierta forma ello debe ser así porque en fin de cuentas se está trabajando con un bien público como quiera que son las telecomunicaciones del cual es obligación del Estado garantizar su buen uso.

A lo largo de este trabajo investigativo ha sido recurrente la noción de que la Constitución Política del 91 abrió las puertas a la construcción de una democracia participativa; sin embargo, no deja de inquietar situaciones como que *“la Constitución de 1991 y los posteriores desarrollos legislativos que se hicieron bajo su manto fueran generosos en la creación de espacios de participación, de lugares institucionales en los cuales la ciudadanía pudiera expresar sus opiniones”*. Sin embargo, este ideal de participación ha encontrado una serie de obstáculos que ha impedido sus avances. La avalancha legal fue, paradójicamente, el primer gran obstáculo de la participación. Se crearon veintinueve instancias de la más amplia diversidad para participar, pero, a su vez, las reglamentaciones desarrolladas para estos mecanismos les cortaron las alas a muchos de ellos.”⁴⁵

El limitar el alcance de los mecanismos de participación ha sido una de las maneras como los detentores tradicionales del poder han querido mantener el status-quo. La reglamentación, v/g., de la división política de las ciudades en comunas con la subsiguiente elección de comuneros o ediles fue algo que demoró demasiado. Era común el comentario no oficial de concejales de que no irían a compartir el poder con miembros de la comunidad. Se hizo evidente la resistencia a ceder el paso al estilo participativo.

Una de las características de los dirigentes políticos tradicionales en nuestro país ha sido su capacidad de asimilar, en provecho propio, los procesos cambiantes en el que-hacer político. Esto se palpó en lo acontecido con lo participativo: se abrieron los espacios para la elección de comuneros, jueces de paz, conciliadores, vocales de servicios públicos, veedores ciudadanos, defensores de los consumidores, etc., e inmediatamente surgieron candidatos que contaban con el respaldo financiero y logístico de grupos políticos tradicionales, con lo cual se perpetúa la detección del poder en los mismos de siempre. Podríamos afirmar que muchos mecanismos de participación han

⁴⁵ Informe realizado por la Fundación Corona, Foro Nacional por Colombia y el Banco Mundial, entre otros, citado por el diario El País 04-07-03, Pág. A-10, artículo Constitución. Reglamentación, el obstáculo.

permitido cambiar las reglas de juego en la política, pero las reglas del poder siguen intactas.⁴⁶

Reconforta saber que dentro de las buenas intenciones en procura de la participación de la comunidad está la política estatal de adjudicar frecuencias para la conformación de emisoras comunitarias ceñidas a la Ley, para lo cual el Ministerio de Comunicaciones formuló la convocatoria pública para la prestación del servicio comunitario de radiodifusión sonora.

La *Fundación Empresarial para el Desarrollo de Yumbo* (FEDY) lideró el proceso de motivación entre las fuerzas vivas del municipio para enviar los requerimientos con miras a que en Yumbo fuera establecida una frecuencia comunitaria, contando con el aval de las diferentes O.N.G.s locales.

En el año 1995 la FEDY formula y presenta el proyecto de estación de radio comunitaria ante el Ministerio de Comunicaciones con el respaldo de las siguientes entidades: *Fundación de Apoyo a la Solidaridad –F.A.S.–, Fundación Mixta Politécnico Univalle, Fundación Good Year, Parroquia Nuestro Señor del Buen Consuelo, Club Rotario Yumbo-Arroyohondo, Cordapa, Anuc, ECOPETROL, Ecoyumbo, Asociación Comunal de Juntas, Asociación Voluntariado por la Vida*. La necesidad de contar con el aval de todas estas entidades es evidente para poder cumplir con el decreto presidencial número 1447 del 30 de agosto de 1995 que, en el artículo veintiuno del capítulo quinto, define el servicio comunitario de radiodifusión sonora como un servicio público, sin ánimo de lucro y que establece que esta actividad de telecomunicaciones a cargo del Estado podrá ser prestada por concesión del Ministerio de Comunicaciones a comunidades organizadas debidamente constituidas en nuestro país.

Sin embargo, algunos sectores de la comunidad (sobretudo entre los líderes comunales) han estado inconformes, pues desde que está operando la emisora *Yumbo Estéreo F.M. 107.0* no han sido tenidos en cuenta para la producción y operación de la misma (*“sólo nos tuvieron en cuenta para que les diéramos el*

⁴⁶ Al respecto se sugiere recordar el fenómeno de la Séptima Papeleta en 1989. Un movimiento estudiantil que irrumpe en el país y que busca cambiar las costumbres políticas, al tomar fuerza es asumido por el Establecimiento, genera un revolcón y termina dejando las cosas como estaban.

aval, y la FEDY, que fue una de las entidades que impulsó el proyecto se quedó con la emisora.... ”).

Aun cuando en los objetivos específicos del proyecto de estación comunitaria que fue presentado ante el Ministerio de Comunicaciones se ve con claridad el interés por la comunidad, el mismo adolece del espacio idóneo para que ésta adquiriera el papel protagónico que le corresponde y terminó simplemente como fuente y receptora final en el funcionamiento de la emisora.

La comunidad no ha sido tomada en cuenta para la dirección de la emisora si consideramos que, según el proyecto, la dirección y la administración de la emisora corre por cuenta del Consejo de Administración o de la persona que éste designe, y que este consejo estará conformado por los representantes de las fundaciones que avalaron el proyecto. La dirección de la emisora desde el día que salió al aire ha estado en manos del director ejecutivo de la Fedy.

En el proyecto inicial de emisora también se establece que paralelo al Consejo de Administración la comunidad constituiría un Consejo Consultivo para ejercer la acción de veeduría, promover y velar por la activa participación y expresión de la comunidad y actuar como componedor. Este Consejo pareciera, pues, que fuese el espacio ideal para que la comunidad actuara en el manejo de la estación radial, pero la manera como fue concebida su constitución, tal y como se analiza antes, no permite mayor optimismo al respecto.

A pesar de que el proyecto inicial de estación de radio comunitaria (1995) contempla la posibilidad de que tanto el Politécnico Universidad del Valle y la Asociación de Juntas Comunales tengan asiento en el Consejo de Administración y en el Consejo Consultivo, y en el Acta N°. 001 de la reunión convocada por la FEDY (*Objetivo de la reunión: Convocar a las organizaciones no gubernamentales, asociaciones, clubes y demás entidades que agrupen y representen a las fuerzas vivas del municipio y que trabajan por el desarrollo local para presentar el proyecto de la emisora comunitaria y proponer y conformar un Comité Consultivo para ejercer las funciones de veeduría y consulta*), nunca han sido llamados sus representantes a reuniones para asumir un papel preponderante en la emisora.

A la luz de la teoría se entiende que las diferentes entidades que tuvieron que ver con el nacimiento de la emisora *Yumbo Estéreo* sí son comunidades en la acepción estricta de la palabra. De manera específica las fundaciones *Good-Year, Propal, Mac, Fas y Fedy*, lo mismo que la *Cámara de Comercio* son instituciones que tienen una intencionalidad en lo económico, político y social tendientes ellas a la defensa de sus intereses.

Los sectores de la población que son el área de influencia de las entidades antes nombradas sí que no las podemos considerar como **comunidades** en el sentido riguroso como fueron consideradas las anteriores entidades. Es cierto que en ocasiones se agrupan, se unifican en torno a una situación común, pero esas uniones no alcanzan a ser de largo aliento como para lograr cohesionar un proyecto de vida, una convergencia de destinos que se traduzca en un proyecto político y todo lo demás que caracterizaría a una comunidad verdadera.

En cuanto a los otros actores en la constitución de la emisora *Yumbo Estéreo* y a quienes se les da el nombre específico de representantes de la comunidad (*Asociación de Juntas Comunales, Iglesia, Sociedad de Amigos de Yumbo, Club Rotario, Club de Leones y Asociación de Usuarios Campesinos*), bien podemos considerarlos como defensores de oficio de la comunidad. Están ellos más cercanos a los intereses del grueso de la población o al menos en un plan de defensa de lo público, entendido este como lo que corresponde a todos y no a unos pocos.

En el proceso de la emisora *Yumbo Estéreo* los ciudadanos deben participar a través de las organizaciones que los representan o en las cuales se vean reflejados. Infortunadamente la participación comunitaria en este sentido sale mal librada en el proceso de la emisora *Yumbo Estéreo*, pues desconocemos si el colectivo de los ciudadanos considera como una necesidad el tener acceso a un medio de comunicación social.

Finalmente no resta sino hacer la consideración de que el Decreto 1446, que clasifica el servicio de radiodifusión sonora prohíbe a las emisoras comunitarias pertenecer a alguna cadena radial, lo cual es sano para que no pierdan su independencia, como también resulta sana la disposición de que las capitales de departamento no obtengan emisoras comunitarias al tener una oferta suficiente de medios de comunicación. Sin embargo, esta última disposición hizo que procesos interesantes de comunicación alternativa se

vieran frustrados como ocurrió con emisoras en Suba, Usme y Ciudad Kennedy en la capital de la república.

Fueron muchas las emisoras que tuvieron que apagar sus equipos cuando el Ministerio de Comunicaciones empezó a decomisarlos por falta de documentos que acreditaran la legalidad; algunos reiniciaron transmisiones después, pero la gran mayoría no lo pudo hacer. Esto debe motivarnos a una reflexión profunda sobre el futuro de los medios de comunicación comunitaria; este trabajo no alcanza a hacerla, pero se logra el objetivo si la inquietud queda plantada: ojalá algún día fructifique.

6 CONCLUSIONES

Lo ideal hubiese sido concluir este trabajo investigativo diciendo que en la emisora de radio comunitaria *Yumbo Estéreo* se aplican los conceptos de lo que debe ser la participación comunitaria. Sin embargo, la realidad es que aunque la emisora en términos de la legalidad figura como una estación comunitaria, en la práctica no está funcionando como tal.

Los decretos que reglamentan la radiodifusión comunitaria en Colombia determinan que este servicio será prestado por comunidades organizadas a quienes el Estado les entregará en concesión la frecuencia. Estas comunidades organizadas deben cumplir con unos requisitos mediante los cuales se establece que deben ser asociaciones de derecho, sin ánimo de lucro, integradas por personas naturales y/o jurídicas en las que sus integrantes estén unidos por lazos de vecindad y colaboración mutuos en beneficio del desarrollo local y la participación comunitaria.

Unos términos tan claros como los que anteceden no permiten que los ciudadanos comunes y corrientes, de manera individual, puedan acceder a la posibilidad de crear una emisora comunitaria. El espíritu de la ley pareciera ser el de motivar la ciudadanía para que se organice y pueda ejercer sus derechos y cumplir las obligaciones que emanan de una Constitución Política que establece una democracia participativa.

Las diversas significaciones que tienen los términos *comunidad* y *participación* llevan a que no se tenga claro cuál debe ser el papel a desempeñar por una emisora comunitaria. Esta no se debe entender como la estación con micrófono abierto para que se toque cualquier tema. La emisora debe tener unos objetivos claros en procura de una participación pluralista de todos los sectores de la sociedad en la búsqueda de soluciones de incomunicación y el ejercicio del derecho a la información y la participación. Pero esta participación debe ser orientada hacia la promoción del desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de las identidades culturales y sociales.

La intención de los promotores de la *Emisora Yumbo Estéreo* es y ha sido la de dar cumplimiento a los fines descritos en el anterior párrafo, pero infortunadamente no se ha logrado que la comunidad asuma el liderazgo de este proyecto radiofónico. El propósito de que sea una emisora por y para la comunidad se logra sólo en parte y queda la sensación de que aún hay muchos temas comunitarios por ventilar y muchas horas de transmisión por llenar.

Lo anterior lleva a plantear que una de las líneas de acción para una investigación futura sea el determinar por qué la comunidad no participa y se apropia de un canal para ejercer la ciudadanía como lo es una estación radial que la ley manda que sea netamente comunitaria y participativa; y en términos más amplios, por qué un número tan grande de ciudadanos del común son apáticos frente a los hechos comunitarios y que tienen que ver con su cotidianidad.

Este trabajo permitió poner en evidencia el estado actual de la *participación comunitaria* en la *Emisora Yumbo Estéreo* y que a manera de panorama se puede presentar como sigue:

- La *Emisora Yumbo Estéreo* fue gestionada por la Fundación Empresarial para el Desarrollo de Yumbo (Fedy), una organización no gubernamental, para ponerla al servicio de la comunidad en general y que llegaría el día en que esta la asumiera totalmente. Sin embargo, la emisora no es vista como comunitaria, sino como una dependencia más de la Fedy.
- El propósito de la Fedy a través de la emisora local es el de poner a disposición del sector público y privado un mecanismo que permita ampliar la cobertura e impacto de los programas de orden social y comunitario tendientes a alcanzar su meta de promover el desarrollo social y cultural del municipio⁴⁷. Este objetivo se ha logrado si tenemos en cuenta que esta Fundación en el tiempo en que ha estado al aire la emisora ha permitido que la comunidad tenga acceso y no ha hecho alarde del derecho de operación que le confirió el Ministerio de Comunicaciones como organización sin ánimo de lucro.
- Una de las dificultades para que los ciudadanos vean como comunitaria a la emisora ha sido el hecho de que ellos perciben que no se les ha tenido en cuenta. La comunidad siente que sólo es tenida en cuenta para medir la audiencia y que no hay un acercamiento permanente para conocer su opinión

⁴⁷ Fundación Empresarial para el desarrollo de Yumbo, Fedy. Emisora Local en FM, Propuesta par Implementación y montaje. Yumbo, 1998, Pág. 2

que sería una manera de concretar la participación. Es cierto que las O.N.G. figuran en el proyecto que dio origen a la emisora, pero el surgimiento de la misma no se debió a una necesidad específica de la comunidad o como paso lógico de un proceso de desarrollo comunitario, sino a una iniciativa particular de una O.N.G. específica.

- La desarticulación en el proceso de participación en la emisora se debe a la falta de recursos (humanos, económicos y de tiempo) para pensar lo que se está haciendo y para realizar una consulta sistemática y juiciosa a la comunidad para saber qué piensa de la emisora.
- En la historia de la emisora *Yumbo Estéreo 107.0 F.M.* desde 1997 hasta la fecha ha sido una constante la falta de un norte claro en lo que respecta a su vocación comunitaria y participativa. Ha seguido funcionando por la inercia, el tesón y la perseverancia de lo que bien podríamos llamar unos *chicludos* por la radio, pero el inconveniente que hay es que casi todos ellos siguen pensando la emisora como un medio comercial lo cual se refleja en la programación interna. Los programas con contenido comunitario son producidos por agentes externos a la emisora, es decir, no surgen de un comité de programación de la emisora sino que son iniciativas de la Asociación de Juntas Comunales, la Junta de Acción Comunal del barrio Uribe y una Fundación que trabaja por los discapacitados del municipio
- Algunos de los participantes siguen repicando el modelo comercial (crossover).
- La emisora no cuenta con un registro histórico ni con un personal fijo. Su historia es una suma de momentos aislados que no dice nada sobre un proceso comunicativo.
- Hay gran dificultad en la financiación de la emisora, lo cual es un obstáculo para poder ampliar el equipo de producción y sacar la emisora a la calle. La dificultad estriba en que depende de la Fedy y de la publicidad (“*el comerciante recatea mucho*”).
- El depender de la publicidad tiene serias consecuencias, pues la emisora debe ajustar su programación a los gustos de los anunciantes y le queda muy difícil equilibrar la balanza entre ser una emisora comunitaria y ser una empresa rentable. Se afecta la continuidad del proyecto, pues el “voluntariado” no tiene la constancia necesaria para consolidar un equipo.
- Si uno de los fines de la radio comunitaria es el de propiciar la participación ciudadana, la participación debe partir de una sociedad informada. En este sentido la emisora Yumbo Estéreo ha logrado suplir, sobretodo con el noticiero, el problema de incomunicación que se presentaba

en el municipio. Hoy en día los problemas de la ciudad (hasta los más cotidianos como puede ser un malentendido entre vecinos) se ventilan por el noticiero existiendo la posibilidad de que las partes en conflicto presenten sus argumentos.

- En los pocos espacios de participación comunitaria la emisora ha querido rescatar las tradiciones de Yumbo y ha puesto ante el micrófono a los personajes y noticias locales y se ha constituido en el foro para debatir las necesidades y problemas de la comunidad.
- Lo anterior genera un conocimiento del entorno lo cual puede posibilitar la construcción de una cultura participativa. Como producto se puede dar una definición de una identidad propia y se pueden empezar a generar procesos de solidaridad y desarrollo comunitario.
- A la emisora han llegado muchos proyectos (Secretaría de Salud Municipal, Hospital Local, Bienestar Familiar, Cruz Roja, Comité Local de Prevención de Desastres, entre otros) pero han quedado frustrados por falta de recursos económicos y humanos.
- Las organizaciones cuentan con pequeños porcentajes dentro de la programación y los ciudadanos no organizados participan dando sus opiniones al aire, lo cual consideran como suficiente. Se sienten representados por quienes lanzan al aire las inquietudes que también tienen ellos. Esta situación refleja la realidad de que continuamos con el lastre de la democracia representativa y excluyente, y el ciudadano común y corriente no siente la necesidad de producir sus propios programas.
- Las organizaciones comunitarias de Yumbo han carecido de claridad en los proyectos comunicativos o no han contado con los miembros que lideren dichos proyectos trayendo como consecuencia que no se asuma el rol dentro de la emisora. Sin embargo, resalta el empeño que ha puesto la Asociación de Juntas Comunales manteniendo al aire un programa desde el inicio de la emisora.
- El esquema organizativo de la emisora es discontinuo pues no se integran sectores de la sociedad de manera sistemática, sino que el equipo de base cuenta con el apoyo discontinuo de colaboradores, situación que hace que no se pueda pensar la *Emisora Yumbo Estéreo* como una verdadera frecuencia radiofónica comunitaria.
- La dirección ejecutiva de la Fedy ha pregonado su intención de que las organizaciones de Yumbo asuman espacios en la emisora para que ésta algún día llegue a ser una emisora autogestionada por y para la comunidad. En este

sentido ha solicitado a las diferentes organizaciones con asiento en el municipio para que presenten sus proyectos de programas radiales.

- Las organizaciones al no tomar los espacios de la emisora están dejando de cumplir una de sus funciones como sociedad civil como es la de fortalecer y facilitar la relación de la comunidad con el Estado en el entendido de que se puede incidir en la toma de decisiones que en las esferas gubernamentales y políticas se toman.
- La Emisora Yumbo Estéreo es un ente privado, es decir, no estatal que cumple una función pública (la radiodifusión delegada) lo cual la hace susceptible de una participación ciudadana concreta mediante, v/g., una veeduría ciudadana. Esto quiere decir que el campo para la participación en la emisora no debe considerarse únicamente en términos de operación de la misma, sino de un seguimiento a la labor que está cumpliendo.
- La emisora Yumbo Estéreo debe ser el medio a través del cual los ciudadanos por intermedio de sus organizaciones participen en el quehacer de la función pública, no desde el aspecto burocrático sino en el aporte a la discusión del modelo político que se quiere para el municipio. Esta es la manera concreta como se fortalece la práctica comunitaria participativa y se llega a la conclusión de que la política no es el único escenario de participación.
- La emisora debe caracterizarse por ser un medio democratizador y debe ir de la mano con los nuevos mecanismos de descentralización y participación ciudadana.
- La emisora en sus pocos espacios de participación ha mediado entre los discursos del Estado, las organizaciones y los ciudadanos, lo cual es buen indicio de radio comunitaria como constructora de sociedad civil.

7 RECOMENDACIONES

La principal recomendación que se le puede hacer a la comunidad yumbeña es que asuma el papel protagónico en la emisora Yumbo Estéreo. Sin la intención de crear un recetario a aplicar en la Emisora Yumbo Estéreo y como conclusión al trabajo investigativo se pueden esbozar las siguientes recomendaciones,

- La comunidad debe saber que puede contar con la emisora para poder ejercer eficazmente la participación ciudadana como cuando un comité de veeduría ciudadana o un vocal de servicios públicos debate un asunto de la esfera pública y que incide en toda la comunidad. De igual forma los ciudadanos también deben saber que la emisora es el medio que sirve de autoconocimiento de la misma comunidad.
- La emisora Yumbo Estéreo por su carácter de radio comunitaria debe procurar que el modelo de comunicación de doble vía, en el cual se posibilita la participación activa del receptor, sea el que prime y que de esta manera la comunidad perciba que puede incidir en el objetivo de procurar la satisfacción de sus necesidades específicas comunitarias.
- Sería utópico y hasta improcedente que todos los receptores de la emisora Yumbo Estéreo participaran activamente en la dirección, programación y funcionamiento de la emisora, pero las audiencias sí deben asumir la responsabilidad de controlar y hacer cumplir los fines que la emisora se ha trazado al servicio de la misma comunidad. La Emisora Yumbo Estéreo es un ente privado, es decir, no estatal que cumple una función pública (la radiodifusión delegada) lo cual la hace susceptible de una participación ciudadana concreta mediante, v/g., una veeduría ciudadana. Esto quiere decir que el campo para la participación en la emisora no debe considerarse únicamente en términos de operación de la misma, sino de un seguimiento a la labor que está cumpliendo.
- La emisora Yumbo Estéreo debe propender por un acercamiento entre los miembros de la comunidad para rescatar los elementos en que se funda lo comunitario, tal y como son las obligaciones colectivas y una solidaridad genuina que hoy han desaparecido por el creciente anonimato e individualismo a que hemos llegado por el desarrollo de

modelos industriales de producción impuestos por la globalización que hace que muchas veces se desconozca para quien se trabaja o en qué lugar de la cadena productiva se está.

- La emisora Yumbo Estéreo debe ser la instancia a través de la cual se establezca el contacto entre los distintos sectores de la población y entre estos y el gobierno municipal para desarrollar y garantizar actividades participativas.
- Sería interesante que paralelo al proceso de apertura de micrófonos a la comunidad como una manera de participar, se puedan gestar procesos subjetivos de apertura de camino al concepto de participación, una cultura de valores como la tolerancia, el pluralismo y los derechos humanos.
- Para que la emisora sea más participativa y comunitaria debe salir de la cabina desbordándose hacia la comunidad con la realización de actividades culturales, con campañas de solidaridad, con el rescate de las tradiciones y festividades locales y con la capacitación de organizaciones para que entren a producir en la emisora, esto con el fin de generar diferentes prácticas comunicativas. Hay que acercar la emisora a la gente para ganar su confianza.
- Se debe buscar que la emisora sea parte de una estrategia comunicativa y el único fin de las organizaciones. ¿Será posible que la emisora forme parte de un proyecto de desarrollo integral de Yumbo?
- Se debe buscar que la emisora forme parte en los intentos de las emisoras comunitarias de asociarse para constituir un movimiento nacional que tenga peso en la toma de decisiones y que sirva para el intercambio de experiencias y procesos de capacitación. Estas asociaciones deben trascender las formales reuniones de directores de emisoras o representantes legales que discuten tarifas publicitarias, problemas de financiación y eventos de capacitación.
- En las redes de emisoras comunitarias también deben participar los programadores, discjockey y personal administrativo para crear redes temáticas en los que se discutan e intercambien materiales sobre temas como medio ambiente, genero, derechos humanos y participación comunitaria.
- Creación de una red de noticias en la que se ventilen temas y preocupaciones que no se discuten en los espacios de la política y de los medios comerciales.

- Se debe procurar que se llegue a acuerdos entre el Ministerio de Comunicaciones, de la Cultura, las O.N.Gs. y las redes regionales para consolidar esfuerzos y evitar que se crucen los trabajos desarrollados.
- Las universidades deben considerar la posibilidad de incluir a las radios comunitarias como línea de investigación y enviar practicantes que puedan contribuir al desarrollo de propuestas.
- Hay que reconstruir la historia viva de la emisora para que sirva para el trazado de su horizonte. Todo debe tender a la creación de propuestas de capacitación que surjan de la propia experiencia y no del modelo de experiencias de otros países latinoamericanos.
- Para solventar el problema económico se debe recurrir a agencias de cooperación para la financiación de proyectos.
- La capacitación no debe ser únicamente en la vía de la capacitación sobre producción sino también en gestión para que la emisora pueda crecer. Dictar talleres sobre cómo administrar una empresa comunitaria con una estructura democrática y horizontal pero que sea a la vez rentable.
- Se debe incentivar la investigación dentro de la emisora para tener un conocimiento de la comunidad. Si la emisora se quiere inmiscuir dentro de la comunidad debe empezar por conocerla y recorrerla. Una manera para que la comunidad empiece a sentir propia la emisora es que ésta se acerca a aquella para demostrar que está más allá de la Fedy que fue la organización que la montó.
- La participación en la emisora no debe ser sólo en cuanto a la programación, sino que debe ir más allá. El conocimiento de la comunidad debe trascender la formalidad de saber cuáles son sus gustos musicales o sus pasatiempos, generando los espacios en los cuales se conozca cuáles son los gustos y preferencias de la emisora y un saber sobre las tradiciones y maneras de ser de los habitantes de Yumbo.
- Al interior de la emisora se deben desarrollar ejercicios de autocrítica y revisión periódicas para encontrar su razón de ser. Es de valorar los intentos que al respecto se han adelantado como el taller para elaborar la matriz DOFA y la consulta a la comunidad mediante una encuesta. Se recomienda, entonces, que los resultados sean tenidos en cuenta.

8 EPÍLOGO

La reglamentación establecida por el Gobierno Nacional permitió que las comunidades organizadas accedieran al espacio electromagnético siendo así que en el año 1998 el Ministerio de Comunicaciones otorgó un total de 564 licencias de funcionamiento para radiodifusoras sonoras comunitarias. Sin embargo, para octubre del 2001, el 57% de esas emisoras, es decir, 250 emisoras otorgadas se encontraban fuera del aire por razones diversas que iban desde una mala señal hasta una paupérrima condición financiera.

A lo anterior hay que agregar que para el mismo año 2001 la Ministra de Comunicaciones de la época, Ángela Montoya, anunciaba una limpieza del espacio electromagnético de emisoras comunitarias que no llenaron los requisitos de Ley.

Ahora bien, la situación de insuficiencia económica presente en las emisoras comunitarias no era exclusividad de ellas. Todo el sector de la radiodifusión sonora ha resultado afectado con la recesión económica traducida en una merma de la pauta publicitaria, y también las grandes cadenas comerciales de emisoras se empezaron a quejar de lo poco rentable que estaba resultado este renglón de las comunicaciones. Cadenas radiales como RCN. y CARACOL, respaldadas por grupos económicos fuertes (Organización Ardila Lulle y Grupo Santodomingo, respectivamente), se resintieron económicamente y debieron entrar a alquilar los espacios, o como en el caso de la cadena radial TODELAR en donde optaron por apagar algunas de sus emisoras en las horas de la noche para disminuir gastos de energía.

Lo anterior ha de servir como punto de referencia y concluir que si las grandes empresas radiales pasaron dificultades económicas, qué se podría esperar en las emisoras comunitarias donde las desventajas tecnológicas, profesionales y publicitarias eran ostensibles. La misma legislación en cierta manera amarra la posibilidad de comercializar los espacios de las emisoras comunitarias.

A despecho de lo anterior y en honor a la verdad hay que decir que las emisoras comunitarias han cumplido un papel protagónico en la construcción de país, tal como lo reconoce el mismo Gobierno. Un estudio de evaluación adelantado por el Ministerio de Comunicaciones, traído a colación en los considerandos del Decreto 281 del 2002, reveló que las emisoras comunitarias están impulsando el desarrollo social del país y que se han convertido en la radio local, cercana a los habitantes de los municipios, y que el desarrollo de la industria radiofónica, en un contexto de globalización, ha venido dejando de lado.

En el mismo estudio gubernamental se establece que el 81% de las emisoras comunitarias están promoviendo el desarrollo social, creando un espacio de comunicación, alertando a la comunidad sobre los peligros de enfermedades o desastres naturales y expresando los problemas educativos de la comunidad. Según el Ministerio de Comunicaciones, el 49% de las emisoras comunitarias reciben y transmiten campañas de entidades gubernamentales, lo que constituye un importante apoyo a la ejecución de los programas del Estado. Estas campañas están orientadas a la prevención del consumo de drogas, protección de la niñez, convivencia pacífica y conservación del medio ambiente.

Las bondades de la radiodifusión sonora comunitaria resaltan, razón por la cual vale la pena seguirle apostando a la comunicación alternativa, más aun en los tiempos actuales de globalización donde, con intención o sin ella, se van desfigurando las fronteras ideológicas y culturales. La radio comunitaria permite la construcción de identidad cultural, sentido de pertenencia, y solo eso posibilitará que como pueblo sigamos existiendo y no pasemos a ser un agregado más en la gran masa de los ciudadanos del mundo.

BIBLIOGRAFÍA

BERNAL, Martha. PEDROZA, Amparo. La Radio. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de Unisur. Santafé de Bogotá, 1997.

BONILLA-CASTRO, Elssy. RODRÍGUEZ, Penélope. Más allá del dilema de los métodos. Ediciones Uniandes-Norma. Santafé de Bogotá, 1997.

CARVAJAL, Lizardo. Metodología de la investigación, 9ª. Ed. Editorial Futuro. Cali, 1992.

CRABTREE, Robin D. “La Radio Comunitaria: Historia y Síntesis de modelos y experiencias”. Revista Chasqui, 47; noviembre, 1993.

GONZÁLEZ R., Esperanza. Manual sobre participación y organización para la gestión local. Ediciones Foro Nacional. Santafé de Bogotá, 1996.

LONDOÑO R., Luis Alberto. Yumbo, de Resguardo Indígena a Capital Industrial del Valle del Cauca. Imprenta Departamental del Valle. 1996.

MATA, María Cristina. “¿Radio Popular o comunitaria? Revista Chasqui, 47; noviembre, 1993.

MEDINA M., Martha Lucía. Interpretación crítica de la legislación para medios de comunicación en Colombia. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Santafé de Bogotá, 1998.

PLAZAS, Germán. Constitución Nacional –Texto oficial comentado-. Editorial X, Y, Z, Cali. 1991.

RODRÍGUEZ, Claudia V. SÁNCHEZ, Zenaida E. Impresos Comunitarios I. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Santafé de Bogotá, 1998.

RODRÍGUEZ, Enrique. SÁNCHEZ, José Fernando. Medios Alternativos y Procesos de participación. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de Unisur. Santafé de Bogotá, 1995.

TORRES C., Alfonso. Aprender a Investigar en Comunidad I. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de Unisur. Santafé de Bogotá, 1995.

----- . Enfoques Cualitativos y Participativos en Investigación Social. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de Unisur. Santafé de Bogotá, 1995.

----- . Estrategias y Técnicas de Investigación cualitativa. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de Unisur. Santafé de Bogotá, 1996.

VIVAS S., Juan de Dios. Desarrollo Guía de Bloque II Semestre. Santander de Quilichao, 1995.

ANEXOS
Anexo A
DIARIO DE CAMPO

Situación:	Noticias 107
Lugar:	Emisora Yumbo Estéreo
Fecha:	jueves 14 de mayo de 1998.

OBSERVACION	COMENTARIO
<ul style="list-style-type: none"> • El noticiero empieza con el saludo del director. • Lecturas de titulares. • Anuncio de invitados especiales: cómo se está celebrando la Semana de la Municipalidad, han sido invitados dos historiadores del municipio de Yumbo para que hablen sobre el significado de la festividad. • Breve saludo de los invitados. • Desarrollo de noticias. • Invitación a la audiencia a marcar el número telefónico de la emisora (6909113). • Un habitante del barrio Nuevo Horizonte llama a quejarse por la falta de agua. • Se sucede una serie de llamadas de habitantes del mismo sector confirmando la falta de agua. • Se establece contacto telefónico con el funcionario encargado de los servicios públicos de la Administración Municipal quien explica las razones del desabastecimiento. • Corte de comerciales. • Diálogo al aire con los invitados sobre 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>La impresión que queda es que el director del noticiero no lleva formateado el espacio.</i> • <i>Se apoya en una agenda en la cual va anotando las inquietudes de la comunidad.</i> • <i>Las noticias son tomadas de un ejemplar del diario El País de la ciudad de Cali.</i> • <i>Se nota el esfuerzo del director por tener una explicación para los oyentes y, en el caso puntual de las quejas, quiso asumir la defensa de las entidades comprometidas.</i> • <i>Quedó comprometido con los oyentes a buscar una respuesta en lo que restaba del día y la mañana del siguiente, para en la próxima emisión presentarla a la audiencia.</i>

<p>generalidades de la historia de Yumbo y puesta en realce las efemérides que se están celebrando.</p> <ul style="list-style-type: none">• Un habitante del barrio Uribe Uribe entra a la cabina de transmisión y plantea la necesidad de que se solucione el problema de falta de alumbrado público en las calles.• El director del noticiero dice que él ya ha hecho las gestiones ante la gerencia de las Empresas Municipales de Cali para solucionar ese problema. Se compromete en transmitir la inquietud a las autoridades municipales para que se apersonen de la situación ante la gerencia de Emcali.• Se da paso a la sección de deportes.• Última intervención de los historiadores y cierre de la emisión.	
--	--

Anexo B

ENCUESTA EMISORA YUMBO ESTEREO
TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION

DISEÑO METODOLÓGICO

POBLACIÓN Y MUESTRA

Tipo de diseño

OBJETIVOS

Objetivo general

Objetivo específico

PERFIL DEL RADIO-ESCUCHA YUMBEÑO

CARACTERISTICAS DE LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE YUMBO

¿Escucha radio?

¿A qué hora del día escucha radio?

¿Por qué escucha radio?

Actividades que realiza mientras escucha radio

¿Qué tipo de música prefiere?

¿Qué tipo de programa le gusta más

¿Cuál es su ocupación

¿Escucha la emisora comunitaria Yumbo-estéreo?

¿Qué tipo de programas le gustaría encontrar en la emisora?

- ¿Qué otras emisoras escucha?
- ¿Por qué escucha estas emisoras?
- ¿En qué horario las escucha?
- ¿Qué programas de la emisora escucha con más frecuencia?
- ¿Cuáles son los temas que más le interesan?

INTRODUCCION

Las emisoras de radio como tantos medios de comunicación, necesitan en gran medida de un determinado número de audiencia para continuar en el aire; pero son muchos los factores que hacen que este medio perdure, como son los programas que se emiten, el grado de profesionalismo y la experiencia de quienes nos comunican lo anterior.

El reto de la emisora es presentar una programación masiva con calidad; esto significa tener conocimiento a fondo sobre los gustos de los destinatarios.

DISEÑO METODOLOGICO

POBLACIÓN Y MUESTRA

El universo poblacional está constituido por las personas habitantes de la ciudad de Yumbo, que están en capacidad de escuchar un programa radial.

La muestra estudiada está constituida por 550 personas entre hombres, mujeres, mayores y menores de edad, con diferentes ocupaciones.

Dado que en el momento de la aplicación de la encuesta se suscitaron inconvenientes con personas que no la diligenciaron en forma debida, se analizaron 400 encuestas.

TIPO DE DISEÑO

El presente estudio es de tipo descriptivo-explicativo y, en el mismo el manejo de las variables se hace a nivel de la asociación.

OBJETIVOS

El presente estudio propuso los siguientes objetivos

Objetivo general

Identificar las características del oyente que inciden significativamente en que estos escuchen la *emisora comunitaria Yumbo Estéreo*.

Objetivo específico

- Determinar las características de los oyentes en lo que se refiere a su ocupación, el tipo de programa que más le gusta, la música preferida, si escucha radio, y la hora y motivos por los cuales los hace.
- Analizar la relación existente entre el hecho que una persona escuche la *emisora comunitaria Yumbo Estéreo* y los programas de la emisora que escucha con más frecuencia, los temas que más le interesan, los programas que le gustaría encontrar en ella, y si no la escucha, los motivos que lo impulsa a que no lo haga.

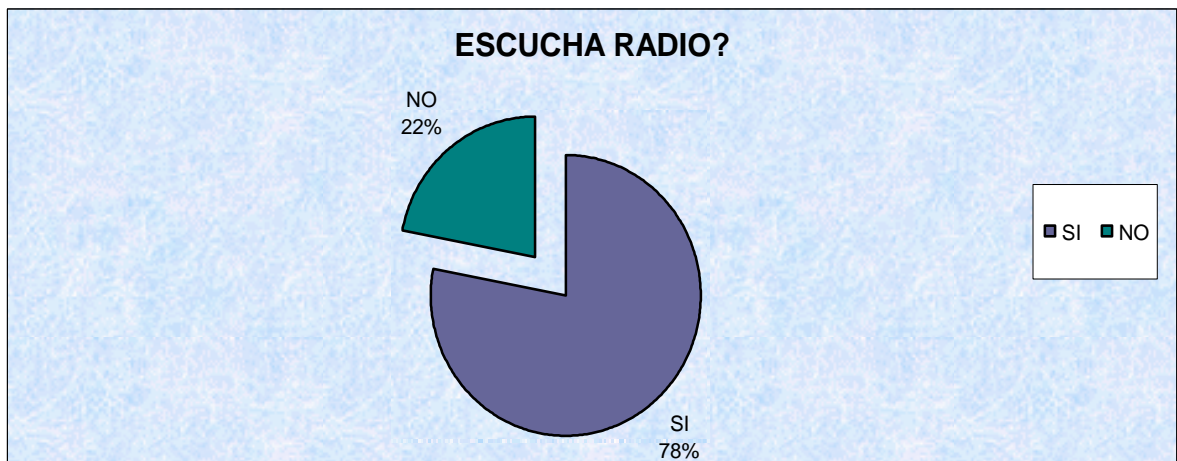
PERFIL DEL RADIO-ESCUCHA YUMBEÑO

Dentro de la búsqueda de la información actualizada sobre las características, aspiraciones, expectativas y motivaciones del oyente yumbeño, la emisora, en colaboración de algunos de sus colaboradores, diseñó un estudio sobre el perfil de las personas que escucha radio.

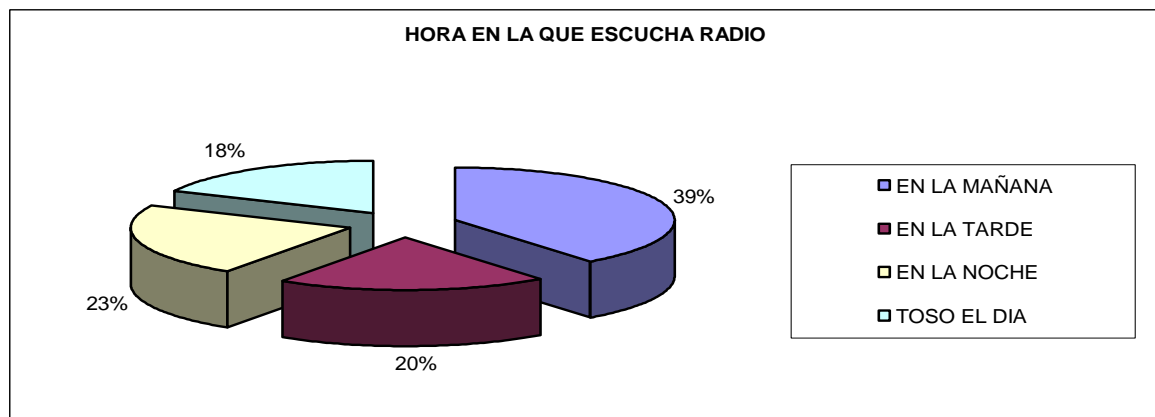
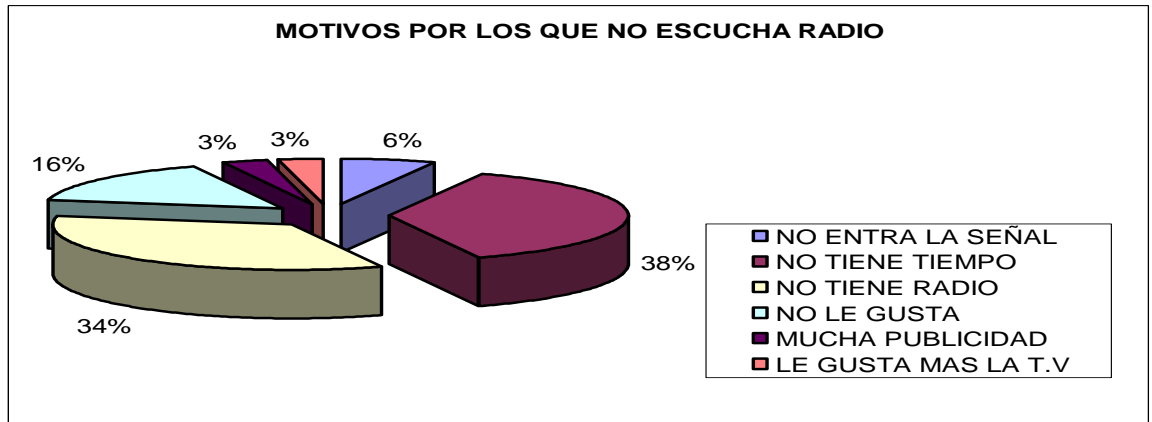
Para ello realizó una encuesta dirigida a los pobladores de la ciudad de Yumbo.

CARACTERÍSTICAS DE LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE YUMBO

¿Escucha radio?



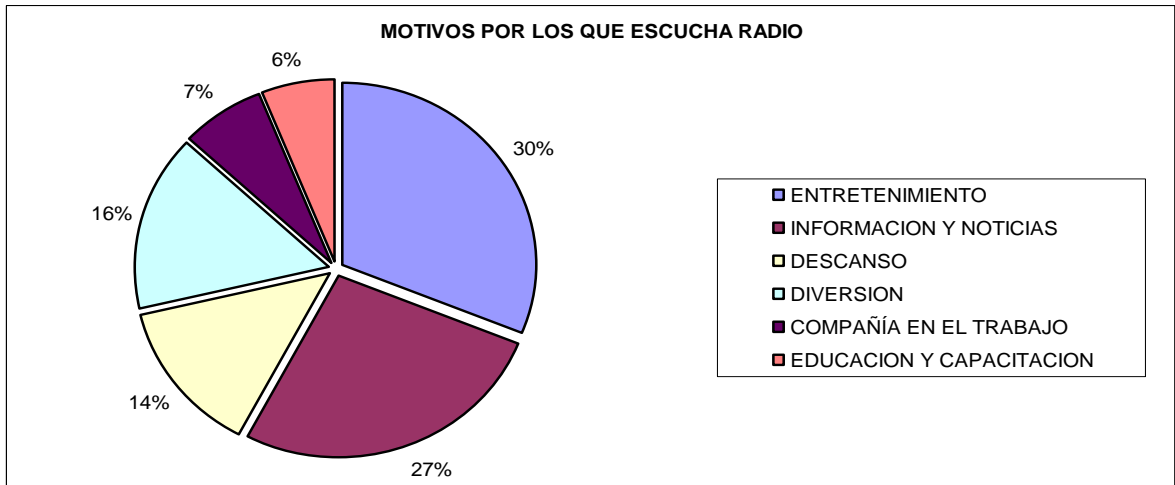
El 78% de las personas encuestadas escucha radio, del restante que no escucha se encontró que los principales motivos por los que no lo hace se debe a que no tiene el tiempo suficiente para hacerlo (38%) y que no tiene radio (34%).



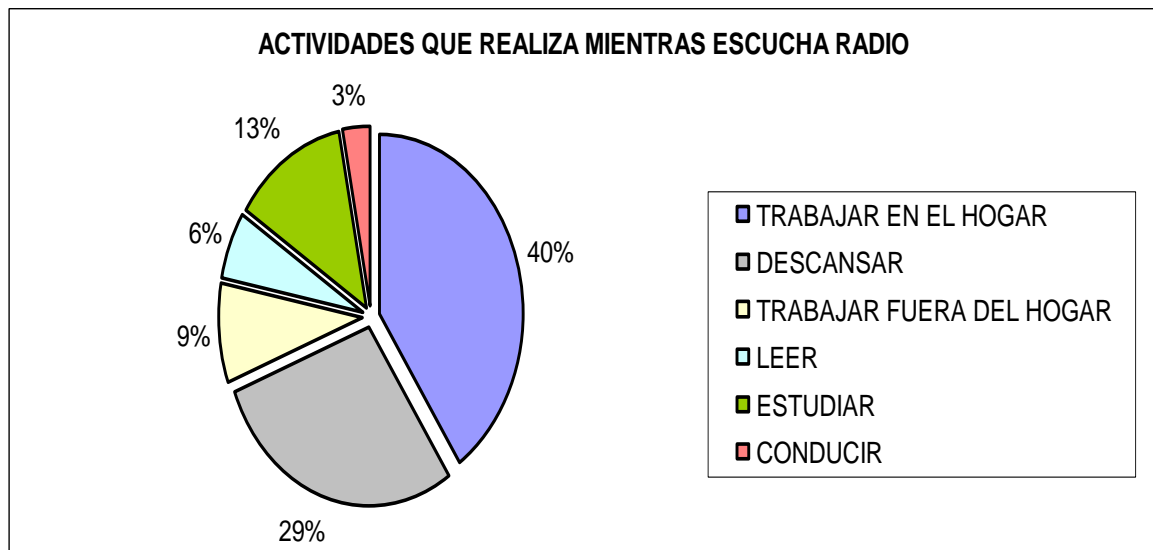
¿A que hora del día escucha radio?

La gran mayoría de los que escuchan radio lo hacen en la mañana (39%). En la tarde y la noche es muy equilibrado (20%) y (23%) respectivamente.

¿Por qué escucha radio?



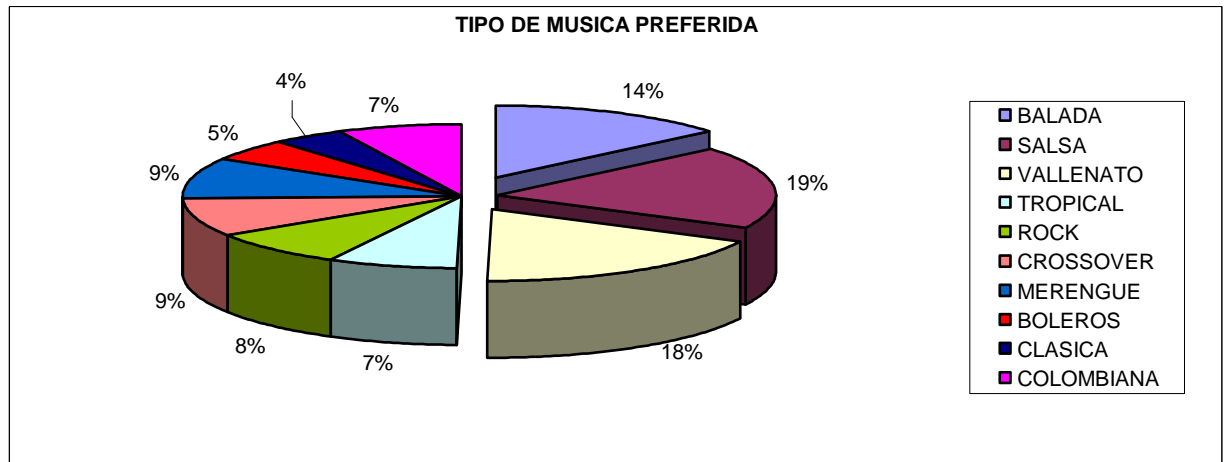
Lo que más motiva a escuchar radio es el entretenimiento (30%) y por información y noticias (27%).



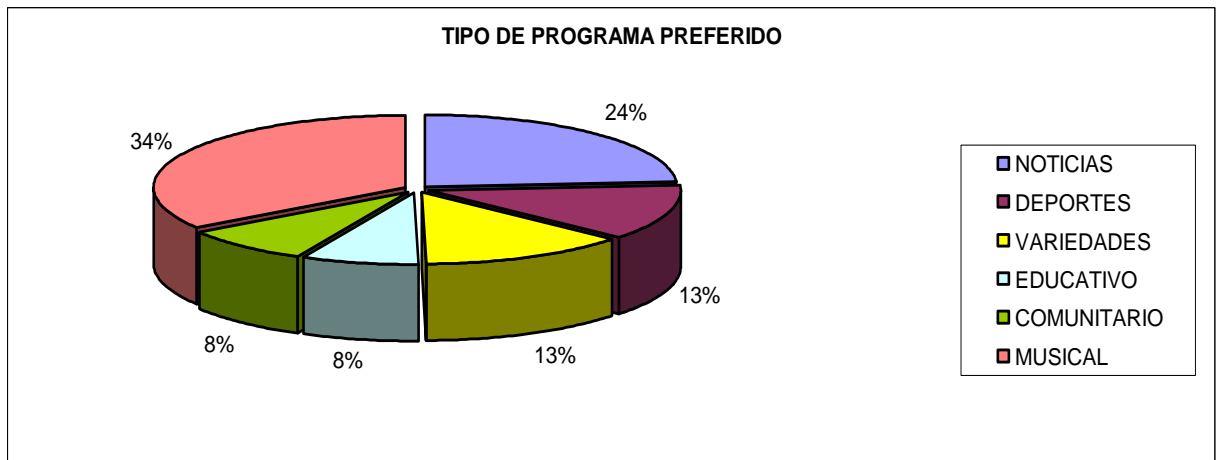
Actividades que realiza mientras escucha radio

El 40% de las personas encuestadas trabajan en el hogar, y un 29% se dedica a descansar, siendo estas las actividades más relevantes mientras se escucha radio.

¿Qué tipo de música prefiere?



La música preferida por los yumbeños es la salsa (19%), el vallenato (18%) y la balada (14%).

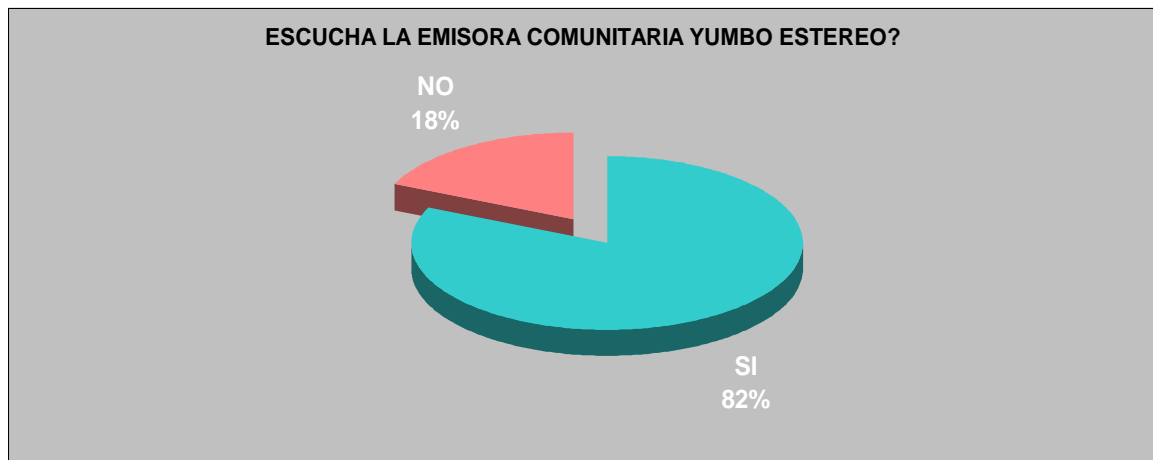
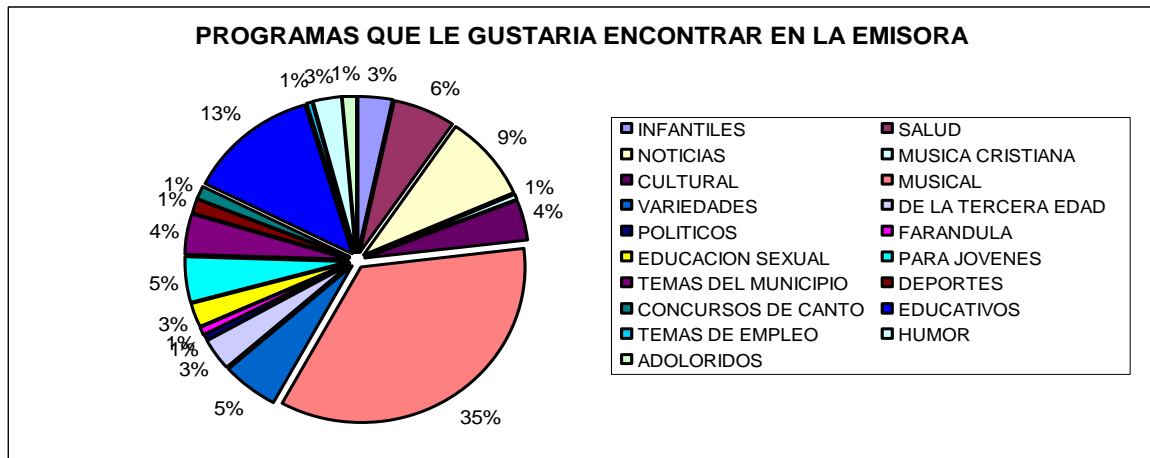


¿Qué tipo de programa le gusta más?

A la mayoría le gusta escuchar deportes (34%), seguido de noticias (24%).

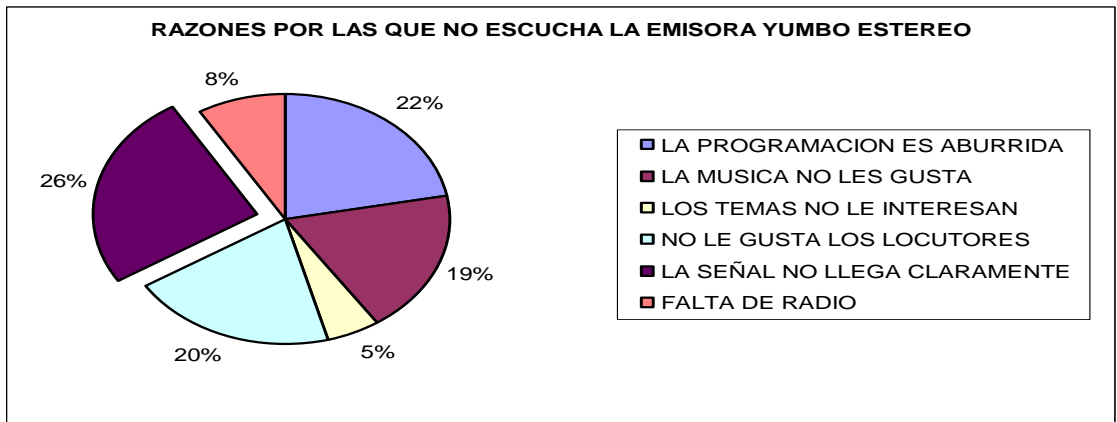
¿Cuál es su ocupación?

En su gran mayoría las personas encuestadas fueron estudiantes y un poco menos amas de casa.



¿Escucha la emisora comunitaria Yumbo Estéreo?

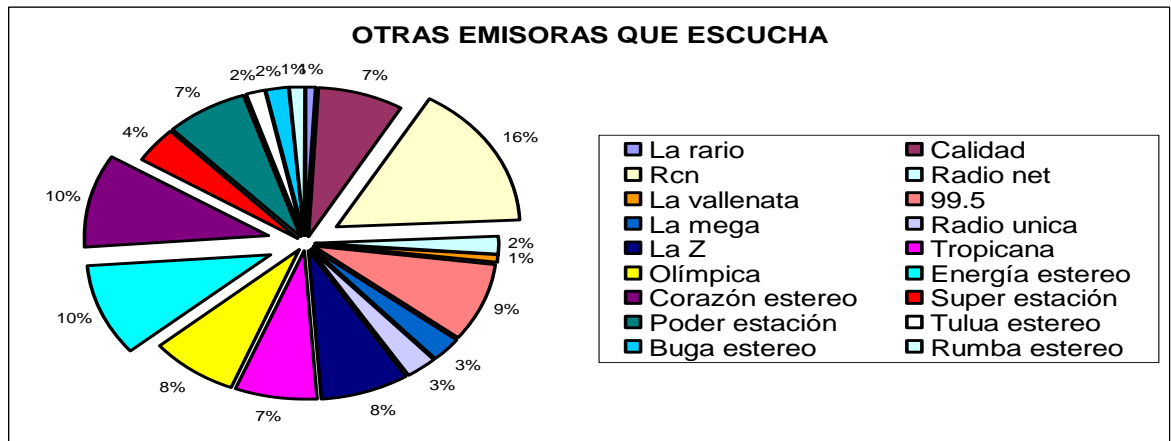
El 82% de los encuestados escuchan la emisora, el 18% no la escucha, y esto se debe principalmente a que la señal no entra claramente, además que la programación le parece aburrida, ni les gusta los locutores y tampoco la música que transmiten.



¿Qué tipo de programas le gustaría encontrar en la emisora?

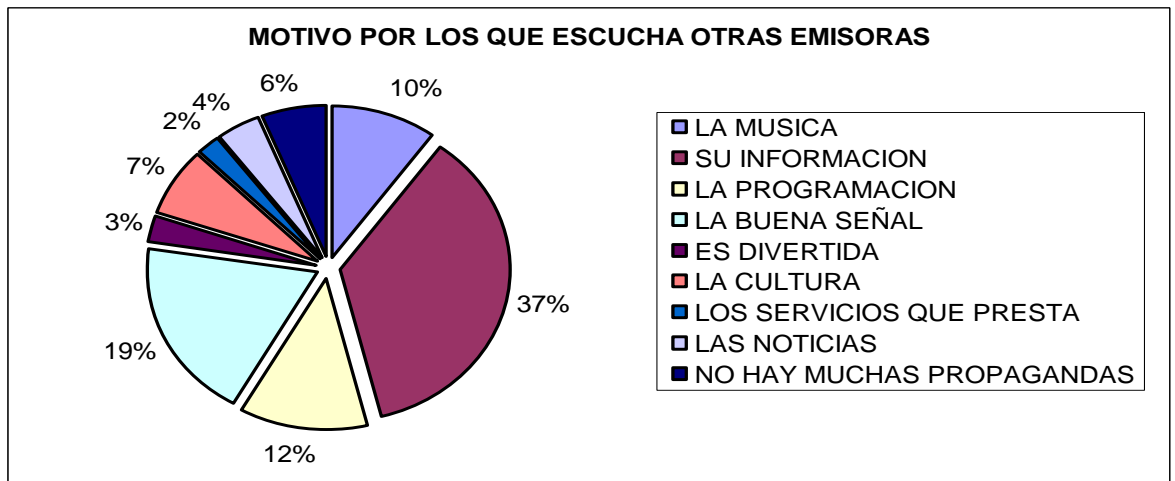
El programa que más le interesa escuchar en la emisora es el musical (35%) y educativos (13%), sin descartar las noticias (9%).

¿Qué otras emisoras escucha?



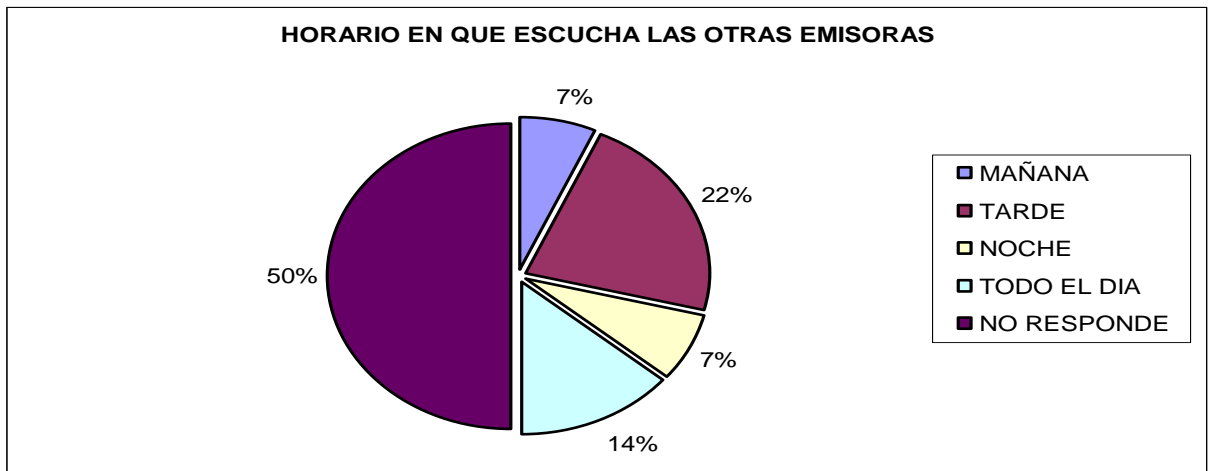
La emisora más escuchada es RCN (16%), seguida de Corazón Estéreo (10%) y Buga Estéreo (10%).

¿Por qué escucha estas emisoras?



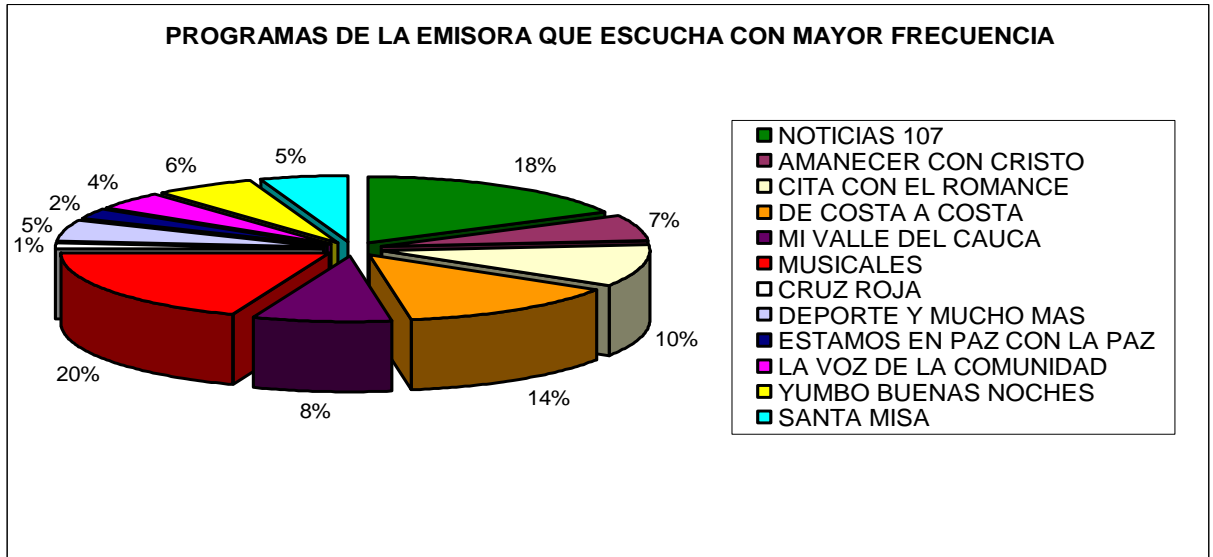
El mayor motivo de escuchar estas emisoras es su información (37%) y la buena señal (19%).

¿En qué horario las escucha?



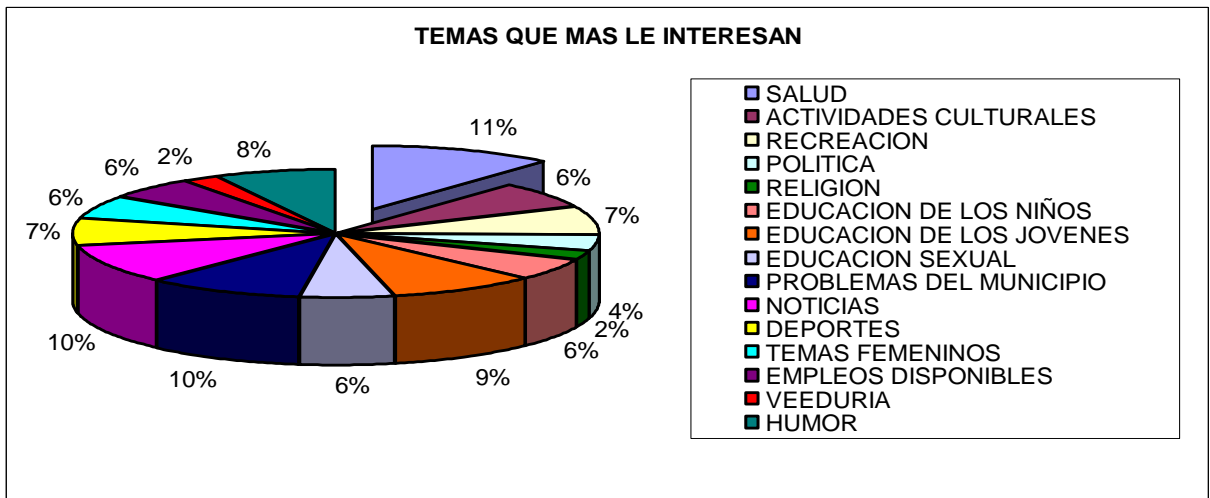
En las horas de la tarde es donde más se escucha (44%), seguido de la mañana.

¿Qué programas de la emisora escucha con más frecuencia?



Quienes escuchan la emisora se interesan más por los programas musicales (20%), noticias (18%) y el programa de costa a costa (14%).

¿Cuáles son los temas que más le interesan?



Los temas más interesantes son salud (11%), noticias (10%), problemas del municipio (10%), educación de los jóvenes (9%). Los de menos interés son los de veeduría y religión (2%).

Fuente: Emisora Yumbo Estéreo.

Anexo D

Yumbo, 11 de agosto de 2001

Sistematización

Taller DOFA.

Emisora Comunitaria 107 FM Yumbo Estéreo

Introducción a la jornada.

La emisora 107 FM Yumbo Estéreo, viene adelantando una labor de comunicación en el municipio desde hace 4 años, en el área urbana y en una pequeña zona rural. La pretensión de este taller con los empleados de la emisora pasa por evaluar los desarrollos alcanzados hasta el momento, revisar la programación y saber cuáles van a ser los derroteros a seguir en adelante.

Antecedentes:

- La estabilización de la emisora ya no es una carga para FEDY.
- La emisora empieza a tener mayor comercialización desde el mes de febrero hasta la fecha.
- Los costos de la emisora son bajos con relación a otros tiempos para la FEDY.
- Las emisiones y los equipos han ido en mejoría.
- Es un logro mantener la emisora encendida por 16 horas al día.

Resultados de la Matriz Externa

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• La Emisora desconoce hábitos y costumbres comunitarias.• Persecución política de la administración.• Participación de algunos actores políticos en la emisora con pretensión electorera.• Recesión Económica: desempleo, crisis económica, etc.• Cobertura de otras emisoras en Yumbo.• Desconocimiento de audiencias y Franjas de programación.• Competencia de emisoras comerciales y comunitarias.• Perifoneo del carro.• Competencia de la TV.• Campaña política anterior.• Eventos de otras emisoras en Yumbo.• Temor de clientes a pautar.	<ul style="list-style-type: none">• Alto sentido de pertenencia.• Satisface necesidades de reconocimiento de personas y organizaciones.• Garantía y apoyo constitucional para el ejercicio de la participación pluralista y autónoma.• Gestión de proyectos de capacitación.• Primer municipio industrial del Valle.• Restricción geográfica de otras emisoras para sintonizar en Yumbo.• Afianzar liderazgo con otras emisoras comunitarias de la región.• Locutores con otras oportunidades de prestar servicios sociales.• Descubrimiento de nuevos talentos.• Organización del club de oyentes.• La realización de programas exteriores producidos por la emisora.

	<ul style="list-style-type: none"> • Cautivar oyentes juveniles. • Campañas sociales. • Liderazgo promovido a través de la emisora. • Eventos comunitarios en institucionales.
--	--

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de gestión desconocimiento de posibilidades. • Desaprovechamiento potencial de respaldo empresarial e institucional. • Insuficiencia en equipos y en música. • Pocos ingresos económicos. • Deficiencia en personal. • Improvisación en programas. • Falta reglamento interno. • Falta de trabajo en equipo. • Falta de publicidad de la emisora. • Mejorar los programas de servicios a la comunidad. • Crear programas de radio efectivo. • No llega la señal a todos los sectores del municipio. • Divagación en el manejo de la información. • Faltan relaciones interinstitucionales. • Manejo de muletillas y fallas de dicción de los locutores. • Falta de unidad entre quienes trabajan en la emisora. • Falta un sondeo de sintonía. • Falta sala de redacción y de grabación. • Fallas de sonido. • Corte de teléfono. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto compromiso de las personas que trabajan con la emisora. • Respaldo de FEDY. • Respaldo de comerciantes. • Ubicación de la emisora. • Control de ingreso de personas a algunas horas a la emisora. • Buenas relaciones con las organizaciones comunitarias. • Presencia de la emisora en eventos importantes. • Celebración de fechas importantes. • Única emisora en Yumbo. • Variedad en programación. • Línea abierta con el oyente. • Buen trato con los dientes. • Alta sintonía de la emisora. • Vendedor área comercial. • Incremento en la pauta.

ANÁLISIS DE MATRICES.

AMENAZAS Y DEBILIDADES

- Fortalecer función de la emisora.
- Definir manual de estilo (procedimiento)
- Reglamento interno.
- Criterios de programación
- Organizar equipos de trabajo
- Trabajar de la mano con los comerciantes (publicidad)
- Fortalecer manejo de la audiencias / franjas

- Creación defensor del oyente.

OPORTUNIDADES Y FORTALEZAS

- Consecución de nuevos equipos
- Hacer capacitación personal (teórico - práctico)
- Relaciones interinstitucionales
- Fortalecimiento trabajo en equipo
- Sondeo sintonía
- Club oyente
- Mejoramiento infraestructura
- Mayor integración comunidad educativa
- Programa de talentos
- La realización de programas exteriores producidos por la emisora.