

**ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS QUE PERMITAN EL
FUNCIONAMIENTO DE LA EMISORA INSTITUCIONAL DEL
COLEGIO NUESTRA SEÑORA DE CHIQUINQUIRÁ DEL MUNICIPIO
DE BELLO (ANTIOQUIA)**

DEIBI ANDREA MONTOYA RODRÍGUEZ

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA (UNAD)
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANAS Y EDUCATIVAS
COMUNICACIÓN SOCIAL COMUNITARIA
MEDELLÍN
2.005**

DEDICATORIA
**A mi esposo y amigo que me ha
apoyado durante toda mi carrera para
que se cumplan las metas que alguna
vez nos trazamos**

NOTA DE ACEPTACIÓN: _____

PRESIDENTE JURADO:

Jurado

Jurado

Jurado

MEDELLÍN

Abril 13 de 2005

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 descripción de la situación problemática

1.2 planteamiento del problema

1.3 pregunta de investigación

2. JUSTIFICACIÓN

3. OBJETIVOS

3.1 objetivo general

3.2 objetivo específico

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 contexto

4.2 Marco histórico situacional

4.3 Antecedentes del problema

5. MARCO CONCEPTUAL

5.1 Historia de la radio difusión en Colombia

5.2 Alcances y características de la radio

5.3 Diagnóstico del servicio de radio difusión

5.3.1 Emisoras a cargo de gobernaciones y alcaldías

5.3.2 Emisoras a cargo de Universidades

5.4 Orientar la programación a los fines del servicio

5.5 La radio comunitaria como alternativa de desarrollo de las comunidades

6. MARCO LEGAL

7. MARCO METODOLÓGICO

7.1 Concepción metodológica

7.2 Ruta crítica de la investigación

7.2.1 La población o comunidad

7.2.2 Estrategias para recoger la información

7.2.3 Estrategias para análisis de información

7.3 Fases en las que avanza el proceso

8. RECURSOS DISPONIBLES

8.1 Materiales

8.2 Institucionales

8.3 Humanos

9. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PROYECTO

9.1 Estrategias de intervención diseñadas para el funcionamiento de la emisora

9.2 Descripción, análisis y resultados

9.2.1 Descripción del proceso

9.2.2 Análisis descriptivo del proceso

9.3 Resultado de las estrategias metodológicas

9.4 Evaluación

9.4.1 Logros

9.4.2 Dificultades

10. CONCLUSIONES

11. RECOMENDACIONES

11.1 Para la universidad

11.2 Para el Colegio

GLOSARIO

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

PRESENTACIÓN

Para la comunicación y sus medios, surge la exigencia vital de iniciar una tarea de información y educación, entre estos aparece la radio, creadora de lazos sociales, e ideal para impulsar la comunicación por medio de la participación comunitaria, con estrategias informativas, comerciales, educativas o de promoción cultural. Esta última una de las finalidades de las emisoras que prestan un servicio comunitario y a partir de mi quehacer como comunicadora social quise integrarme a una propuesta que generará interés a partir de unos hechos concretos como la creación de unas estrategias comunicacionales que permitiesen el mejoramiento de la emisora del colegio Nuestra Señora de Chiquinquirá.

Los medios de comunicación comunitarios, en este caso la radio participativa surge en las comunidades para suplir necesidades y compartir intereses. Por ende, la idea de la emisora institucional nació del dinamismo e interés de los estudiantes chiquinquireños, con una firme intención compartir con la comunidad intereses comunes desde una emisora bien realizada, con equipos y programas adecuados para todos en general.

Por eso el montaje y operacionalización de la emisora institucional como una propuesta comunicativa se hace importante para la comunidad estudiantil y personal y personal administrativo del colegio Nuestra Señora de Chiquinquirá, pues se pretende que dicha propuesta sea utilizada para la promoción educativa y cultural

Con este trabajo se busca mejorar tanto la calidad de la comunicación en la institución como la generación de espacios más amenos con su programación.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

El colegio Nuestra Señora de Chiquinquirá se encuentra ubicado en el barrio Niquía de Bello, cuenta con una población de recursos económicos medio bajo y características culturales conservadoras y tradicionales, así lo han demostrado la mayoría de entrevistas realizadas a las personas de la misma comunidad. Muestra con su infraestructura antigua, una labor educativa de 40 años sirviendo a su comunidad y formando académica y disciplinariamente los jóvenes de la misma.

Teniendo en cuenta que la población estudiantil actual esta cambiando paradigmas como la rigidez y monotonía que proponían los modelos pedagógicos tradicionales en el cual los educandos no desarrollaban ningún tipo de papel protagónico en la escuela y se limitaban a mecanizar trabajos y escuchar automáticamente las clases impartidas por un profesor, ahora busca una formación integral que contenga no solamente aspectos de la academia sino que pueda brindar oportunidades de aprendizajes autónomos u espacios lúdicos dentro de la misma educación.

Actualmente cuenta con un gran número de alumnos (700) adolescentes en ambas jornadas, mañana y tarde, para los cuales es de gran importancia poseer espacios de entretenimiento en sus descansos y tiempos libres. A partir de diversas observaciones se percibió el interés por la música y programas radiales de todos los gustos; interés que aún no ha sido satisfecho por la emisora actual por consiguiente buscar el funcionamiento adecuado de la emisora ha llamado la atención de toda la comunidad educativa. Para lo cual se hace necesario la búsqueda y diseño de unas estrategias comunicativas que ayuden a solucionar la problemática.

Actualmente el colegio posee buenos equipos tecnológicos como consolas, micrófonos, parlantes, mezcladores entre otros, además de espacios que se pueden adecuar para una emisora comunitaria, y aunque se cuenta con todos estos implementos, la comunidad educativa y personal administrativo y de apoyo no se han sensibilizado de la importancia de ella. Dado que así lo demuestra los archivos, datos históricos, entrevistas a alumnos y ex alumnos. Pero además, las dificultades no radican solamente en esto, pues no se cuenta con personas expertas que orienten sobre el manejo de los equipos y los programas adecuados para la comunidad Chiquinquireña ni con la motivación de los líderes que se involucran en el proceso.

El papel de la emisora en estos momentos se limita a transmitir música a gusto del alumno del grado 11 que se encuentre encargado por ese día de los equipos, por consiguiente no toda la comunidad queda satisfecha y el uso de los equipos queda relegado para unos cuantos.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En nuestro País no se ha promovido la ejecución y montaje de los medios de comunicación en las instituciones educativas, tal vez porque culturalmente no se ha concebido la idea, o tal vez porque las instituciones no tienen presupuesto, sin embargo estos servirían (si existiesen) como espacios lúdicos, informativos y culturales diferentes a otros espacios extracurriculares que se dan más a menudo.

De los escasos intentos de promulgar medios de comunicación en las instituciones educativas se encuentra el caso de Antioquia donde se viene promoviendo desde hace varios años la idea de crear emisoras institucionales dentro de las mismas, esto con el fin de ubicar a los jóvenes en una gran multiplicidad de opciones: culturales, recreativas y educativas. Realmente han sido pocas las instituciones que han optado por esta estrategia comunicativa.

A raíz de lo anterior a nivel nacional comenzó a surgir el apoyo para la creación de emisoras institucionales dentro de los colegios, estimulando las mismas con aportes económicos para su infraestructura y su funcionamiento. Los mismos jóvenes del colegio expresan la necesidad que se les proporcione diversas posibilidades desde el ámbito escolar; entre las cuales sobresale la creación de emisoras, porque su generación se identifican con los aspectos que las mismas pueden contener.

Es por esta razón que continuar con la promoción y formación de emisoras sería llenar expectativas e intereses de los jóvenes, además porque sirven como alternativa vocacional cuando se vean enfrentados al mundo laboral.

1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Los medios alternativos de comunicación, en este caso la radio participativa y comunitaria, surgen por y para la comunidad como una propuesta diferente a la radio comercial que busca mejorar la calidad de vida, compartiendo necesidades e intereses comunes que beneficien a sus mismos habitantes.

Por tal razón, las instituciones educativas, barrios o veredas, han motivado a sus líderes para crear conjuntamente emisoras comunitarias que brinden posibilidades de educación y participación. Por ejemplo en el colegio Nuestra Señora de Chiquinquirá ha existido la intención de fortalecer la emisora institucional, sin embargo, esta no ha cumplido con los intereses de la comunidad educativa.

Es desde aquí donde se cuestiona ¿Qué estrategias comunicativas permitirán poner en marcha el funcionamiento de la emisora institucional del colegio Nuestra Señora de Chiquinquirá ?

2. JUSTIFICACIÓN

Pensando en las necesidades de los jóvenes se desarrolló una propuesta comunicacional para que brinde oportunidades de aprendizajes autónomos y espacios lúdicos dentro de la misma educación, la cual consistió en crear estrategias comunicativas que permitieron el funcionamiento de la emisora institucional del Colegio Nuestra Señora de Chiquinquirá. La emisora está dirigida por los mismos estudiantes, puesto que poseen un papel principal en la institución como renovadores de procesos tradicionales e iniciativa y disponibilidad para trabajar en proyectos como éste. Con una programación establecida que abarca la comunidad educativa y el personal administrativo y docente de la institución.

Para lo anterior se intento descubrir la aceptación con que contaban los espacios de esparcimiento que actualmente se desarrollan en el intermedio de las clases (con los equipos con que cuenta la institución) con los mismos alumnos, profesores y demás personal que labora allí.

Con este trabajo se buscaron estrategias comunicacionales para mejorar tanto la calidad de la comunicación en la institución como la generación de espacios más amenos, generando un programación diferente en la emisora institucional que supliera todas las necesidades de los radioescuchas.

Por ende, la idea de mejorar la calidad de la emisora institucional surgió del dinamismo de los estudiantes chiquinquireños, con una firme intención de compartir intereses comunes desde una emisora bien realizada, con equipos y programas adecuados para todos en general; intenciones que medirían dicha calidad.

Esta propuesta generó gran interés entre los estudiantes, profesores y en general todos los estamentos educativos aportando sugerencias y mostrándose

motivados, por esta misma razón se construyo conjuntamente una emisora comunitaria con beneficio para la comunidad educativa. Formar parte de la institución como docente me permitió la posibilidad de conocer los procesos llevados a cabo por los estudiantes en emisora en un primer momento y a partir de mi quehacer como comunicadora social comunitaria quise integrarme a la propuesta como asesora de éste proyecto.

Dicha propuesta se utilizo para la promoción educativa y cultural; y motivo procesos de desarrollo participativos, de conocimiento tecnológico y un aprendizaje e integración comunitarios con una trascendencia en un primer momento sobre los educandos y funcionarios que laboran en dicha institución, y a largo plazo sobre la comunidad del barrio altos de Niquía.

Aún se espera como resultado que los alumnos aprendan el manejo adecuado de los equipos, consolas, amplificadores, micrófonos, parlantes como también la realización de programas radiales lúdicos que eduque y recree a la institución; prestando un servicio que esté comprometido con la educación y toque los intereses particulares de la comunidad.

3. OBJETIVOS

3.1. GENERAL

Diseñar las estrategias comunicacionales más adecuadas que permitan un cabal funcionamiento de la emisora institucional del colegio Nuestra Señora de Chiquinquirá.

3.2. ESPECÍFICOS

- Identificar líderes institucionales que posean habilidades comunicacionales para que continúen promoviendo el interés por la emisora y aglutinarlos en un colectivo académico comunicativo.
- Propiciar espacios culturales y lúdicos con estrategias de intervención como los diagnósticos y talleres de concienciación y capacitación para el mejor manejo de la emisora.
- Capacitar los líderes del colegio Nuestra Señora de Chiquinquirá que participan actualmente del funcionamiento de la emisora, en el manejo de los equipos radiales por medio de conversatorios y prácticas con los mismos.
- Analizar e interpretar las características socio-culturales de estudiantes y demás funcionarios de la institución con el fin de elaborar programas apropiados para la población del colegio Nuestra Señora de Chiquinquirá.

- Propiciar espacios culturales y lúdicos en los intermedios de las jornadas académicas, (descansos) y extracurriculares con el funcionamiento de la emisora.
- Motivar procesos de desarrollo comunitario con una trascendencia en un primer momento sobre la comunidad educativa y a largo plazo sobre la comunidad del barrio Altos de Niquía

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 CONTEXTO

La emisora con la que cuenta actualmente el colegio Nuestra Señora de Chiquinquirá no se puede definir como una emisora comunitaria si se mira desde la legislación que propone el ministerio de comunicaciones de Colombia en donde el artículo 23 del capítulo V “servicio comunitario” nos habla como la radiodifusión para prestar un servicio comunitario debe tener presente: Personería jurídica y programas culturales establecidos entre otros. En la institución, la emisora es operada por unos cuantos alumnos que cursan grado once. En cada comienzo de año escolar, se entregan conmemorativamente las llaves de la emisora al último grado del colegio y por esto obtienen el control de la misma. Hay que entender que el mal uso que hacen de ellas es por su poca experiencia y capacitación que poseen

Generalmente se escuchan comentarios de disgusto y poca empatía hacia la emisora. A simple vista se nota la inconformidad que existe con la emisora del momento.

Estas son algunas palabras que expresan los estudiantes y el persona administrativo y de apoyo sobre el funcionamiento de la misma en estos momentos.

Johanna del grado noveno opina “No me gusta la emisora del colegio porque ellos (Grado 11) la han tomado como sonido que pasa canciones. Me gustaría que se diera algún tipo de programa mezclado por que es bueno escuchar nuevas cosas”

Armando. Trabajador de mantenimiento nos dice: “No me gusta la emisora por su mal audio, me gustaría que la música fuera variada”

Adriana. Tesorera opina: “Allí solo se escucha música ruidosa y del gusto de ellos y no cuentan con el resto de personas que trabajan aquí”

4.2. MARCO HISTÓRICO SITUACIONAL

En el año 1964, en la casa cural de la Parroquia Nuestra Señora De Chiquinquirá, el Presbítero Ernesto Villegas L. Sembró la inquietud de fundar un Kinder Parroquial. En un comienzo hubo solamente un personal de 25 alumnos y fueron aumentando en el curso del año. Para el año de 1965 se obtuvo una matrícula de 120 alumnos para 3 profesoras y en 1966 se tiene la idea de continuar con la Básica Primaria y para ello se inició la construcción de las aulas en el terreno contiguo al templo, con fondos conseguidos en festivales.

En 1969 se da la aprobación del colegio de primero a cuarto con resolución número 3541 del mes de Octubre y en el año de 1986, se da inicio al bachillerato académico.

En la semana del 23 al 30 de Julio de 1989 se celebran las bodas de plata de la institución y se fija como lema: "Educando hoy para un mañana mejor".

En 1996 el padre rector Álvaro Jaramillo crea el día clásico del alumno chiquinquireño, el 7 de octubre en honor a nuestra señora del Rosario.

En 1997 llega como director general el presbítero Rafael Ignacio Villegas y queda como rector el señor Rodrigo Meneses, actualmente coordinador académico y el señor Freddy Giraldo asciende a coordinador disciplinario, puesto que aún conserva.

En 1998 llega como director general y actualmente se desempeña como tal el presbítero Roberto Cadavid, quién organiza la sala de computo y construye el coliseo del colegio.

Es una institución educativa de carácter privado que cuenta con 764 alumnos en la básica primaria (Jornada de la mañana) y 625 alumnos en básica secundaria y media (Jornada de la tarde), alumnos que cursan desde el grado Jardín hasta el grado once, con una planta de 52 profesores y 9 administrativos.

Está ubicado en el barrio Niquía en la diagonal 61 demarcado en la puerta con el número 42-78

Este colegio como algunos otros, tiene equipos como consolas, micrófonos, parlantes, grabadoras y salón propio obtenidos en el año 1997 y cumplen la función de emisora desde el mismo año.

4.3 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Para la comunidad educativa del colegio Nuestra señora de Chiquinquirá es de suma importancia poseer espacios de entretenimiento e igualmente educativos en a través de sus jornadas escolares y actividades extracurriculares. A raíz de esto el colegio opto por crear un espacio físico y adquirir equipos para suplir esta necesidad; sin embargo a través del tiempo surgían más falencias como el manejo inadecuado de los mismos equipos y con una deficiente programación, el cual se limitaba única y exclusivamente a colocar música, el cual no era agradable para la población educativa en general sino para unos cuantos.

Por lo anterior surgió el interés de las directivas de mejorar la calidad de la emisora, para lo cual se les presento la propuesta y se entrego el anteproyecto. A continuación fue aprobado con gran interés y expectativas porque vieron una posibilidad de mejorar en cierto grado la calidad de vida de los miembros de la institución.

Luego se realizo un diagnóstico de la problemática a través de un acercamiento a los diferentes estamentos de la comunidad educativa mediante el uso de entrevistas, encuestas, y observaciones a los mismos en diferentes contextos las cuales arrojaron unas respuestas poco satisfactorias en cuanto a la misma emisora ,y así conociendo las opiniones de la comunidad educativa y a partir de la inconformidad de los mismos se encontró que existía poca aceptación con la misma por lo anterior mismo se crearon unas estrategias de intervención; el proceso fue satisfactorio, ya que se logro despertar el interés y se obtuvieron buenos resultados a la motivación constante que se hizo por los lideres institucionales.

Se plantearon objetivos específicos que pretendían lograr a cabalidad dicho proyecto y por ende darle cumplimiento al objetivo general. Cabe resaltar que las estrategias y técnicas utilizadas para recoger información se tornaron apropiadas ya que estas se

ajustaron a los requerimientos de la investigación además sin la aplicación de las mismas, no hubiese sido posible la realización de la propuesta de prevención porque para llevarla a cabo era vital un diagnóstico confiable.

Uno de los propósitos importantes era adecuar espacios únicos para la emisora y crear una programación variada que tuviese en cuenta todas las preferencias de las diferentes personas que conforman la comunidad educativa.

Igualmente mediante las capacitaciones y talleres de sensibilización y concienciación se desarrollo una visión más amplia del papel que juegan las emisoras en las instituciones educativas, además de obtener el apoyo incondicional de todos los estamentos educativos. La herramienta de los talleres de capacitación y sensibilización es fundamental para la labor del comunicador social comunitario porque a través de ellos, pudimos fortalecer lazos de participación que al inicio de esta investigación se encontraban muy bajos.

Aumentar el conocimiento y la función que prestan las emisoras institucionales y su labor frente a la educación como también a elaborar propuestas que beneficien a todos los miembros de la institución y por ende a la comunidad se hizo importante para integrarlos a la propuesta directamente .

Después de hacer una evaluación del problema con estudiantes, docentes y administrativo, se deduce que se necesitan unas estrategias comunicacionales que beneficien la emisora institucional.

5. MARCO CONCEPTUAL

El montar y operacionalizar una emisora institucional, nos obliga a conocer el quehacer de la radiodifusión desde su comienzo; pasando por su historia y avances tecnológicos, hasta las apreciaciones y compilaciones que realizan diversos autores sobre la comunicación.

5.1 Historia de la radiodifusión en Colombia

Buena parte de la historia del país en el siglo XX se hizo a través de la radio. Desde su aparición en 1929, durante el gobierno de Miguel Abadía Méndez, primero con la emisora pública HJN, antecesora de la Radiodifusora Nacional de Colombia, y luego con la emisora HKD, posteriormente denominada la Voz de Barranquilla, la radio marcó la delantera a los cambios económicos y sociales que se habrían de registrar a partir de década de los 30.

En aquel entonces, la radio disputaba tímidamente un lugar al lado de la prensa, con las dificultades propias del invento recién llegado para dar a conocer sus ventajas. No obstante, en pocos años, lo que parecía un medio apenas experimental, gracias a su inmediatez y oportunidad, adquirió fuerza con la transmisión de noticias, espectáculos, radionovelas, encuentros deportivos y programas de humor. La radio se convirtió rápido en un medio masivo por los altos índices de analfabetismo, a diferencia de la prensa que era un medio de élites. Por esta época, 1933, también se inicia la radio educativa o universitaria con la creación de la emisora de la Universidad de Antioquia.

En 1936, mediante la ley 198, el gobierno adquirió el control de las telecomunicaciones. El espectro radioeléctrico recibió titularidad pública y el uso fue regulado por el Estado mediante el otorgamiento de licencias de operación. Un desarrollo importante se registró en esta época con la creación de nuevas emisoras, muchas de las cuales se registraron en la conciencia colectiva del país con nombres que perduran hasta nuestros días: La Voz de la Víctor, La Voz de Bogotá, Radio Bucaramanga, La Voz del Valle, Radio Continental, Emisora Nueva Granada, Radio Pacífico, Ecos del Combeima, Radio Santa Fe, Radio Manizales, Radio Cartagena, Emisoras Fuentes, Emisora Philco, la Voz de Pereira y La Voz de Antioquia.

El dinamismo de estas primeras empresas y la buena aceptación del público llevaron a un perfeccionamiento del medio desde el punto de vista administrativo y técnico. El comercio y la industria vieron las grandes oportunidades para la difusión de sus productos y mejoraron la rentabilidad de sus negocios por la ampliación de sus mercados. Así surgieron las primeras empresas radiales y nuevas ocupaciones alrededor del medio: productores, locutores, grabadores, libretistas, reporteros y personal creativo para los mensajes publicitarios.

En un salto, las ondas hertzianas se extendieron por todo el territorio nacional de un país, en su mayoría rural, como el mejor signo de instalación en los progresos del siglo XX y, también, como una aproximación, antes impensable, a los acontecimientos políticos y sociales. A través de los pocos receptores que había en 1935 se conoció la noticia de la muerte de Carlos Gardel por el accidente de dos aviones en el aeropuerto de Medellín. En 1940, el gobierno de Eduardo Santos dota al Estado de una radio que difundía cultura y educación informal para los colombianos. En los pueblos y ciudades, la gente escuchó en directo el mensaje de Alberto Lleras, el 10 de julio de 1944, para defender la democracia del intento de golpe al presidente López Pumarejo. Cuatro años más tarde, el 9 de

abril de 1948, las emisoras anunciaron el asesinato del político Jorge Eliécer Gaitán y, en medio del desorden, varias estaciones fueron asaltadas para defender la causa de las facciones enfrentadas, conscientes del poder de la comunicación para definir los acontecimientos políticos.

La experiencia del 9 de abril produjo un trauma en las relaciones del gobierno con el sistema radial; por eso las licencias de radiodifusión fueron canceladas mientras se afinaban los métodos para nuevas adjudicaciones. Aunque una de las causas de este conflicto era la preocupación de los partidos por el control del medio de comunicación radial, también reflejaba las primeras inquietudes acerca de la necesidad de controlar el uso del medio para garantizar el orden social. El decreto 3418 de 1954 que prohibía la “difusión de comentarios o conferencias de índole política, sin permiso del gobierno” refleja esta coyuntura.

A mediados del siglo XX se produce un avance significativo en el desarrollo del medio radial, con la constitución de las primeras cadenas radiales Caracol, RCN y Todelar que consolidan el carácter comercial de esta actividad. La radio pública también se afirma con la Radiodifusora Nacional que proyecta la visión educativa y cultural del Estado alrededor de este medio. Surgen las primeras emisoras a cargo de universidades y aparece Radio Sutatenza, como un modelo especial de comunicación para el desarrollo. La emisora HJCK el mundo en Bogotá, también aparece en esa época con una definida vocación cultural. Las décadas siguientes ayudan a consolidar el desarrollo empresarial de la radio, la estructuración de sus cadenas comerciales y la innovación tecnológica.

5.2 Alcance y características de la radio

Colombia cuenta con 1.292 emisoras que operan en 603 municipios. Las ciudades capitales y los grandes centros poblados disponen del servicio radial. Estas emisoras tienen un cubrimiento cercano al 100% del territorio nacional, no obstante que cerca de 500 municipios, sobre todo de las áreas menos habitadas y escaso desarrollo, no poseen emisoras en su propia jurisdicción.

Número de estaciones de radiodifusión en Colombia

Modalidad FM AM Total Part.

En función de la tecnología de transmisión, la mayor oferta radial se concentra en frecuencia modulada, FM, con 832 emisoras que representan el 64%; en amplitud

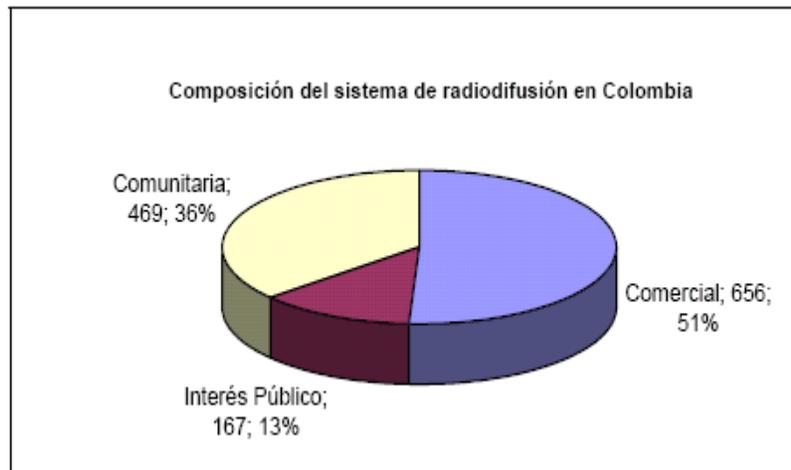
modulada, AM, funcionan 460 emisoras, esto es el 36% La distribución geográfica de las emisoras tiene una correspondencia directa con el número de habitantes, habida cuenta de que los departamentos de Antioquia, Santander, Cundinamarca, Valle, Boyacá, Norte de Santander, Atlántico y el Distrito Capital de Bogotá, poseen 721 emisoras, 54% respecto al total, y albergan el 59% de la población del país, 26'272.170 habitantes.

De acuerdo con la clasificación del servicio de radiodifusión, en función de la programación, el estado de cada una de las modalidades radiales es el siguiente:

Radio comercial

La radiodifusión comercial, dirigida por empresas de comunicación con ánimo de lucro, algunas asociadas a los orígenes de la radio en Colombia, tiene una operación orientada hacia los programas informativos, de entretenimiento y musicales.

En cuanto a número de estaciones ocupa el primer lugar con 656, que representan el 50.8% respecto al total. En radio comercial hay un mayor número de emisoras en AM, 399 respecto a 257 que operan en FM.



Dentro de la modalidad de radiodifusión comercial hay un segmento de 16 emisoras, con una marcada vocación social y cultural, a cargo de universidades privadas, fundaciones y corporaciones. Según las potencias de operación, las emisoras comerciales están clasificadas como estaciones clase A, B y C, con potencias que oscilan entre 1 Kw. y máximo 250 Kw., de acuerdo con la tecnología de transmisión (FM o AM)

Radio comunitaria

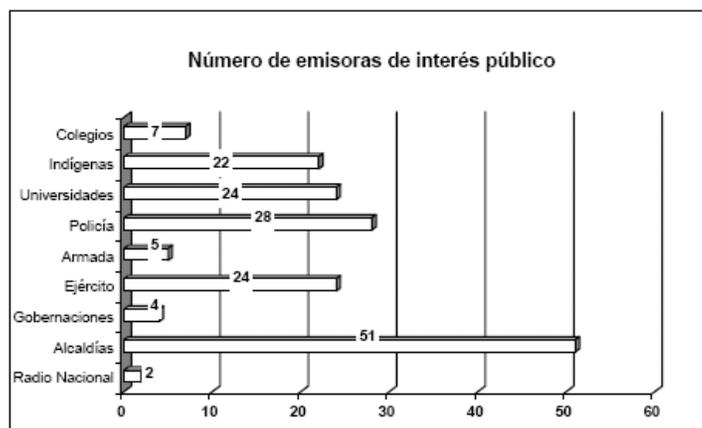
A comienzos de la década de los 90, con el nuevo ordenamiento constitucional que garantizó el derecho a la información y la libertad de fundar medios masivos de comunicación, las comunidades organizadas lideraron procesos de comunicación social en el nivel local que dieron origen a la radio comunitaria. En 1995, se realizó la primera convocatoria para adjudicar las licencias. Las primeras concesiones datan del 11 de marzo de 1997. Hay 469 emisoras de radio comunitaria que operan en igual número de municipios, es decir, 36.3% respecto al total. Estas emisoras están a cargo de comunidades organizadas, funcionan en

FM y se clasifican como estaciones clase D con un cubrimiento local restringido y una potencia máxima de 250 W, dado el carácter local de este servicio. La mayoría de estas emisoras se ubican en municipios con menos de 50 mil habitantes, y algunas de ellas funcionan en el sector rural.

Radio de interés público

Este sector, liderado por la Radiodifusora Nacional de Colombia, ha dirigido sus esfuerzos hacia el fomento de la educación, la cultura y los valores cívicos. De este hacen parte un conjunto de emisoras a cargo de universidades estatales, alcaldías, gobernaciones, cabildos indígenas y la Fuerza Pública. La radio de interés público posee 167 licencias, que representan el 12.9% respecto al total de emisoras del país. Estas emisoras tienen potencias de operación que fluctúan entre estaciones clase D y clase A. La Radiodifusora Nacional de Colombia, precursora de esta modalidad, cuenta con un sistema AM y un sistema FM de cobertura nacional, con apoyo de 26 transmisores en FM y 6 en AM; además, 17 universidades públicas prestan el servicio de radiodifusión con 24 emisoras que ejecutan programas de apoyo radial a las tareas académicas de diversas facultades; 4 gobernaciones tienen emisoras de interés público para el desarrollo de tareas educativas y de apoyo a la administración; los cabildos indígenas también operan 22 emisoras como estrategia comunicativa para el desarrollo y protección de su cultura.

Hay un grupo minoritario de alcaldías y colegios públicos con emisoras de cubrimiento local.



En 1997 se inició la adjudicación de licencias de radiodifusión a las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional, en gestión directa, previa solicitud de estas entidades, con el propósito de apoyar sus tareas de defensa ciudadana, fomentar los valores cívicos y democráticos. La Dirección General de la Policía Nacional tiene 28 licencias de concesión, con las cuales opera emisoras en la mayoría de los departamentos de Colombia, fundamentalmente en ciudades capitales. Por su parte, el Ejército Nacional también posee 24 licencias de concesión para operar emisoras en municipios en los cuales tiene sede de operaciones. Y, por último, la Armada Nacional ha recibido 5 licencias de concesión, para estaciones clase C, en FM.

5.3 Diagnóstico del servicio de radiodifusión

Emisoras comerciales

La radio comercial sostiene fuertes entramados con otros medios de comunicación y ha creado alianzas estratégicas con compañías extranjeras. Hoy, una radio moderna, rica en tecnología, con redes de información global, muestra al país los principales hechos nacionales e internacionales. Con mayores posibilidades y recursos, la radio comercial refleja e impulsa el recorrido de la nación con una

información instantánea que congrega a todos los colombianos alrededor de los mismos hechos y la diversidad de opiniones. Las cadenas radiales poseen modernos equipos con los cuales realizan una intensiva labor noticiosa, tienen corresponsales en todo el país y en las principales ciudades del mundo, y poseen enlaces informativos con otras estaciones del exterior. En menor escala, empresarios independientes de la radiodifusión también realizan un importante trabajo radial. La radio comercial está segmentada y ha logrado captar audiencias para una gran variedad de programas, en franjas específicas, dada la cualidad de singular compañía que posee la radio. También muestra un progreso en la difusión de los temas ecológicos, el manejo de casos de emergencia, la difusión de guías relacionadas con la promoción de la salud, el conocimiento de las enfermedades, los medicamentos y el consejo médico. No obstante, un sector de la radiodifusión ha caído en la divulgación de programas de hechicería y superstición que no aportan al desarrollo del individuo y, al contrario, contribuyen a afirmar su ignorancia respecto a las posibilidades para mejorar sus propias condiciones de vida. La oportunidad de obtener un ingreso fácil y rápido ha debilitado una gran cantidad de alternativas de financiación que incidan en una programación edificante. Un comentario especial debe hacerse respecto a la ligereza como se realizan algunos programas, dirigidos en su mayoría a la juventud, que hacen apología de conductas contrarias al respeto de las personas y su dignidad. Estos contenidos degradan los valores de la nacionalidad colombiana.

Hay otra serie de elementos relacionados con la información, que han sido objeto de preocupación de parte del Gobierno, incluso de sectores académicos relacionados con la comunicación social. Por ejemplo: la falta de precisión en algunas informaciones crea incertidumbres en la población; la entrevista a testigos que están bajo el impacto de lo ocurrido constituye una presión indebida y sobredimensiona los conflictos; hay indiferencia por los hechos positivos, al tiempo que se privilegia el terror y la muerte como el principal escenario noticioso. En

síntesis, el “paradigma del traumatismo”, como fue señalado por un investigador², hizo carrera en la operación general de los medios de comunicación como si los hechos violentos fueran la única representación posible de la nación y el único servicio informativo que tuviera demanda de parte de la población.

En atención a estos problemas, el Ministerio de Comunicaciones realizó una mesa de trabajo, el 26 de noviembre de 2002, con la participación de gerentes, jefes de programación, directores de noticieros de las cadenas radiales y ASOMEDIOS, para destacar la importancia de los indicadores sociales en la operación radial, el desarrollo de experiencias de responsabilidad social y el diseño de manuales de estilo.

Radio comunitaria

Con la expedición de las licencias para el servicio de radio comunitaria, el Ministerio de Comunicaciones dio un paso importante para brindar a las comunidades organizadas una vía de expresión que les permitiera ser protagonistas de su propio desarrollo. Muchos municipios del país instalaron por primera vez su emisora y en otras áreas se amplió la oferta radial existente.

Sin embargo, la magnitud de este proceso y la forma masiva como se entregaron las licencias, originaron diversos problemas, algunos que fueron detectados en forma inmediata y, otros, en la medida en que se ha puesto en funcionamiento este servicio: dificultades para formalizar las licencia de concesión, montaje de emisoras que no reúnen las especificaciones técnicas y distorsión de los fines de la radio comunitaria.

Según el diagnóstico del Ministerio, un considerable número de emisoras comunitarias difunden mucha música y propaganda pero no presentan una programación de calidad. Los niños, niñas y mujeres no hacen parte de su público

objetivo, tampoco realizan estudios de audiencia y es precaria la participación social.

Desde luego, hay excepciones importantes. Algunas están llevando a cabo un trabajo social y de integración por medio de la radio que les ha permitido lograr una audiencia importante en sus regiones y gozan del reconocimiento de la ciudadanía y de las autoridades locales. Un 49% de las emisoras comunitarias reciben y transmiten campañas sociales, lo que constituye un importante apoyo a la ejecución de los programas del Estado y al desarrollo local. Para afrontar las dificultades de este servicio y con el fin de fortalecer la capacidad de gestión de las emisoras comunitarias se realizó el programa de Municipios al dial. Luego, el 3 de diciembre de 2002, el Ministerio de Comunicaciones se reunió con los representantes de las redes regionales de radio comunitaria y convocó reuniones regionales para todos los operadores del país, con el objetivo de concertar las directrices que permitan la proyección de este servicio, acordes con los intereses y las necesidades actuales de la nación. Asimismo, el Gobierno nacional expidió el decreto 1981 de 2003, para afinar las condiciones en la prestación de este servicio, el cual establece, entre otras disposiciones, la obligatoriedad de crear las juntas de programación para fortalecer la participación social.

Radio Fuerza Pública

La radiodifusión de interés público, a cargo de las Fuerzas Armadas y de Policía, ha recibido apoyo debido a la importancia de la comunicación para contribuir a realizar las funciones constitucionales de la Fuerza Pública. Estas emisoras están en una etapa de formación de su personal, mejoramiento técnico y ajuste de sus contenidos a los fines del servicio.

El Ministerio de Comunicaciones, junto con el Ministerio de Defensa, ha definido planes de trabajo para reorganizar los aspectos técnicos y administrativos de estas emisoras, fortalecer su función de difusoras de los valores patrios, la

seguridad democrática y contribuir al logro de la paz. El propósito es hacer el mejor uso de un recurso escaso como es el espectro radioeléctrico. El 29 de enero de 2003 se realizó la primera mesa de trabajo.

Aunque estas emisoras ya están en la dirección de ajustar algunos aspectos de su funcionamiento, el diagnóstico del Ministerio de Comunicaciones indica que los procesos de planificación de estas emisoras son débiles; hay un alto porcentaje de las emisoras que no tienen un público prioritario definido; las emisoras requieren una mayor consolidación técnica; y, el principal problema que subsiste es la desviación del funcionamiento de las emisoras hacia esquemas musicales, muy diferentes a su función eminentemente pública.

5.3.1 Emisoras a cargo de Gobernaciones y alcaldías

En el caso de las emisoras de alcaldías y gobernaciones, se observa que dependen de instancias que están por fuera del control directo del alcalde o del gobernador; dependen de los institutos municipales de cultura, de gerencias de institutos locales.

En principio, esta forma de manejar las emisoras adjudicadas a las alcaldías y gobernaciones les permite funcionar fuera de las dinámicas generadas por los cambios de administración, y al margen de las lógicas electorales. Sin embargo, en la práctica también ha ocasionado que las administraciones municipales y departamentales no les den la atención y el respaldo institucional que requieren, lo que a la postre puede generar insuficiencia de recursos para su funcionamiento y baja calidad de los programas.

5.3.2. Emisoras a cargo de universidades

¹ “De acuerdo con el Diagnóstico del Servicio de Radiodifusión de Interés Público, realizado por el Ministerio de Comunicaciones en el año 2003, el crecimiento del número de emisoras a cargo de las universidades, en un período tan corto, desafió la capacidad e iniciativa de las instituciones concesionarias para crear empresas de comunicación, capacitar el personal para la dirección de las emisoras, proveer recursos económicos para su funcionamiento y, sobre todo, definir el papel de la radio en función de sus objetivos institucionales y las responsabilidades señaladas en la normatividad”.

El estudio también señaló que las emisoras a cargo de las universidades están cumpliendo bien su función educativa y cultural, aunque pueden potenciar su labor para expresar la riqueza de la vida institucional, ser parte de su labor de extensión y presencia en la comunidad. Además, las emisoras pueden fortalecerse con la exigencia de planes de gestión en lo financiero, lo administrativo y lo propiamente radiofónico, de tal suerte que la oferta radial signifique un avance en la prestación del servicio. Hay un aspecto estructural de las universidades que no les permite la suficiente autonomía administrativa y financiera, lo cual incide en la planeación de las emisoras.

Consciente de la necesidad de enfrentar de manera conjunta estos retos, el Ministerio de Comunicaciones convocó la mesa de trabajo para el fortalecimiento de las emisoras operadas por instituciones educativas. La reunión se realizó en el mes de junio de 2003 y contó con la asistencia de representantes de la mayoría de las emisoras tanto de universidades públicas como privadas. Fue el sentir de esta mesa la necesidad de conformar la red de emisoras, construir más un ciudadano

¹ Diagnóstico del servicio de radiodifusión de interés público. Ministerio de Comunicaciones, 2003, Pág. 66

que un consumidor; facilitar el acercamiento del oyente a nuevas posibilidades de escucha; segmentar los públicos; alentar la creatividad en formatos y lograr que las instituciones comprendan el medio más allá de su carácter instrumental

5.4 Orientar la programación a los fines del servicio

La clasificación del servicio de radiodifusión, según el decreto 1446 de 1995, interpreta las principales líneas de evolución del servicio: comercial, comunitaria e interés público. Cada una de estas modalidades representa dinámicas distintas, bien para generar beneficios económicos, bien para responder a necesidades de comunicación de las comunidades organizadas o para servir a los intereses comunicativos del Estado. Aunque los principios de fortalecimiento de la democracia y responsabilidad social, aplican para todo el sistema de radiodifusión, cada una de las categorías radiales constituye una oferta de programación diferente en atención a los fines del servicio y la naturaleza de las entidades concesionarias.

La radio comercial reflejará en sus contenidos la perspectiva de la empresa privada para hacer radio, en el ámbito nacional, como un compromiso social para promover la información, la cultura y el entretenimiento. Por parte de la radiodifusión pública se espera una acción comunicativa para apoyar las políticas del Estado en educación, cultura, integración social, seguridad democrática y defensa de la soberanía. A la radio comunitaria le corresponde servir de medio de expresión para la participación ciudadana en el ámbito local e impulsar procesos de comunicación para el desarrollo municipal.

Estas diferencias estructurales determinan sistemas particulares de trabajo en cada una de las modalidades, diferencias para gestionar la licencia, métodos específicos de relación entre el personal de la emisora, sistemas distintos de

participación ciudadana, agendas propias, visiones especiales del tema económico y, desde luego, contenidos de la programación distintivos de cada una de las modalidades.

La programación es el resultado de la coherencia de la emisora con los principios de la modalidad del servicio que representa. A medida que la emisora tiene claridad en sus objetivos e imprime a su operación diaria un compromiso serio para cumplir su visión, los contenidos de la programación afirmarán la vocación comercial, comunitaria o pública de las emisoras; de lo contrario, representará un híbrido sin posibilidades de perdurar en el actual sistema de radiodifusión, además de no cumplir con los fines que se estipulan para cada operación.

Dada la importancia de este tema para la organización del sector radial, el Ministerio de Comunicaciones promueve las condiciones para que la operación de las distintas modalidades radiales (comercial, comunitaria e interés público) se haga de acuerdo con los fines señalados para cada servicio, sin distorsionar sus objetivos o interferir el funcionamiento de las demás emisoras. Hay normas claras para que los concesionarios ajusten su programación y sus métodos de trabajo de acuerdo con las características señaladas para cada servicio.

Con base en el perfil que han adquirido estas modalidades radiales, el desarrollo registrado en los años más recientes, y la necesidad de proyectar su verdadero campo de acción y posibilidades, este documento de políticas plantea definiciones más comprensivas a partir de la esencia de las definiciones legales y su especificidad de acuerdo con la naturaleza de las entidades concesionarias. Una definición de cada una de las modalidades radiales es la siguiente:

Radiodifusión comercial: Es un servicio público con fundamento en la libre empresa, que orienta su práctica comunicativa hacia el desarrollo del país,

canaliza las necesidades de la comunidad, visibiliza la acción de los sectores públicos y privados, afirma los valores y tradiciones nacionales, enriquece la cultura, satisface los hábitos y gustos de la audiencia, informa, entretiene, dinamiza los mercados a través del mensaje publicitario y se presta con ánimo de lucro.

² Radiodifusión comunitaria: Es un servicio público participativo y pluralista, sin ánimo de lucro, orientado a satisfacer necesidades de comunicación en el municipio o área objeto de cubrimiento; a facilitar el ejercicio del derecho a la información y la participación de sus habitantes, a través de programas radiales realizados por distintos sectores del municipio, de manera que promueva el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de las identidades culturales y sociales.

Radiodifusión de interés público: El servicio de radiodifusión sonora de interés público es un servicio de telecomunicaciones orientado a satisfacer necesidades de comunicación entre el Estado y los ciudadanos y comunidades, a fin de procurar el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población, sin ánimo de lucro, a cargo y bajo la titularidad del Estado, quien lo prestará en gestión directa a través de entidades públicas debidamente autorizadas, por ministerio de la ley o a través de licencia otorgada directamente por el Ministerio de Comunicaciones.

A partir de estos fines generales señalados para el servicio de radiodifusión de interés público, se desprenden las siguientes subcategorías que tienen definiciones puntuales de acuerdo con la naturaleza de las entidades concesionarias.

² 5 Decreto 1981 de 2003, artículo 3º

Emisoras de la Radiodifusora Nacional de Colombia.

Las Emisoras de la Radiodifusora Nacional de Colombia tienen a su cargo la radiodifusión Estatal con el objeto, entre otros, de comunicar al Estado con los ciudadanos y comunidades, de fortalecer el nivel educativo y cultural de los colombianos, de promover el ejercicio ciudadano y la cultura democrática y de servir como elemento de cohesión e integración nacional.

Emisoras de la Fuerza Pública.

Las Emisoras de la Fuerza Pública tienen a su cargo la radiodifusión Estatal con el objeto, entre otros, de difundir los valores y símbolos patrios, de contribuir a la defensa de la soberanía y de las instituciones democráticas y, de asegurar el ejercicio ciudadano y la convivencia pacífica. Este servicio se prestará a través del Ministerio de Defensa Nacional, por conducto de la Fuerza Pública integrada por las Fuerzas Militares (Ejército, Armada y Fuerza Aérea) y la Policía Nacional.

Emisoras Territoriales.

Las Emisoras Territoriales tienen a su cargo la radiodifusión Estatal con el objeto, entre otros, de satisfacer necesidades de comunicación de interés de la población en el área geográfica objeto de cubrimiento, de preservar la pluralidad, identidad, cultura e idiosincrasia, de dinamizar los mecanismos de participación ciudadana, de impulsar los planes de desarrollo y, fomentar el progreso regional y local. Este servicio se prestará a través de la Gobernación de cada Departamento; no obstante, para optimizar el uso de los recursos públicos, dos o más departamentos podrán asociarse para solicitar la licencia y prestar el servicio de radiodifusión en regiones identificadas para promover acciones conjuntas de desarrollo.

Las Emisoras Territoriales deberán orientar su operación con los siguientes criterios:

- Diseñar la programación radial acorde con los lineamientos de los planes de desarrollo regional y municipal.
- Adelantar procesos asociativos con entidades públicas del orden nacional y municipal del área geográfica de cubrimiento, para garantizar su participación y fortalecer la naturaleza pública de la emisora.
- Estimular la participación ciudadana en las decisiones públicas, mediante alianzas estratégicas con asociaciones de municipios y la sociedad civil.

En los territorios o pueblos indígenas, el servicio de radiodifusión sonora de interés público de las Emisoras Territoriales se otorgará a los diferentes Cabildos indígenas. Para efectos del área de cubrimiento, se deberá entender la delimitación de la división territorial departamental o de la entidad territorial indígena. En el caso de la asociación de varios departamentos, el área de cubrimiento se determinará por las regiones que serán objeto de la prestación del servicio.

Emisoras educativas.

Las Emisoras Educativas tienen a su cargo la radiodifusión Estatal con el objeto, entre otros, de difundir la cultura, la ciencia y la educación, de estimular el flujo de investigaciones y de información científica y tecnológica aplicada al desarrollo, de apoyar el proyecto educativo nacional y, servir de canal para la generación de una sociedad mejor informada y educada. Este servicio se prestará a través de las entidades educativas públicas de nivel superior.

Promover el desarrollo de la radiodifusión

Uno de los requisitos básicos para que la radiodifusión pueda fortalecer el sistema democrático y cumplir con su responsabilidad social es constituir empresas de comunicación sólidas desde el punto de vista financiero, administrativo y técnico.

Esa característica que tiene la radio para asimilar de inmediato el presente y convertirlo en fuente informativa, debe servir también para captar las tendencias que se operan en el sector y asimilar estos cambios para promover su desarrollo empresarial. En este sentido, la política del Ministerio de Comunicaciones será la de inducir a las empresas radiales, en sus diversas modalidades, para que adopten sistemas para mejorar la calidad de la programación, conocer sus audiencias, determinar su impacto, introducir las innovaciones tecnológicas, asegurar su estabilidad financiera, fomentar la creatividad radial, mejorar su productividad y profesionalizar su labor.

En esta dirección, el Ministerio de Comunicaciones promoverá discusiones dentro del sector para explorar la viabilidad de adoptar el sistema de radio digital, sus ventajas, métodos de conversión, costos, reglamentación y servicios, de modo que el país asuma una posición frente a estos progresos.

El Ministerio de Comunicaciones también promoverá el desarrollo de la radiodifusión con el apoyo a las redes, como asociaciones voluntarias de emisoras comprometidas con los fines del servicio, orientadas a fortalecer su organización, compartir procesos de planeación estratégica e impulsar proyectos de comunicación radial en los ámbitos locales y regionales.

En la base de operación de las empresas radiales debe estar el cumplimiento oportuno ante el Ministerio de Comunicaciones de las condiciones mediante las cuales se adjudica la licencia, en términos de presentación de estudios técnicos, operación con los parámetros técnicos autorizados y el pago de los derechos de

concesión; además, desde luego, de las obligaciones tributarias o comerciales y el pago de derechos de autor, en los casos previstos por la ley.

Optimizar el uso del espectro radioeléctrico

Debido a que el espectro radioeléctrico es un recurso natural limitado, el Ministerio de Comunicaciones, responsable de su administración y de velar por su correcta utilización, considera necesario optimizar el uso de este bien público con base en las siguientes directrices:

Para el servicio de radiodifusión comercial, el análisis de las condiciones generales de impacto económico, de generación de empleo, de crecimiento regional y más fuentes de comunicación, determinará en su momento la conveniencia de ampliar la utilización del espectro radioeléctrico para este segmento radial.

Para el servicio de radiodifusión comunitaria, el Ministerio de Comunicaciones hará los análisis priorizando los municipios sin servicio de radiodifusión y con presencia de comunidades organizadas que tienen experiencia y apoyo social.

En cuanto a la radiodifusión pública, la política es fortalecer este servicio a cargo de entidades del orden nacional y regional, a fin de racionalizar el uso de los recursos estatales y evitar la saturación del espectro radioeléctrico. En este sentido, el Ministerio de Comunicaciones no adjudicará el servicio de radiodifusión de interés público en áreas donde ya opere por parte de entidades públicas que tienen naturaleza o fines similares. La Fuerza Pública tendrá emisoras de cubrimiento local, cuando las necesidades del servicio así lo ameriten.

Las entidades educativas públicas de nivel superior interesadas en operar licencias de radiodifusión, deberán garantizar: a) el desarrollo de un proyecto radial de largo plazo, acorde con los objetivos institucionales, y b) la adecuada financiación del mismo, con recursos propios de la institución.

En la perspectiva de racionalizar el uso del espectro, dentro de la modalidad de interés público se creará la figura de emisoras territoriales, de cubrimiento departamental y regional. De este modo, las alcaldías y colegios oficiales que actualmente tienen licencia tendrán la posibilidad de prestar este servicio por el término que dure la concesión y, luego, canalizar sus proyectos comunicativos por medio de emisoras territoriales con un enfoque regional. +

5.5 La radio comunitaria como alternativa de desarrollo de las comunidades

También se hace importante conocer a José Ignacio Sánchez y sus textos

“La radio comunitaria I y II” en los cuales `presenta la radio comunitaria como alternativa de desarrollo de las comunidades, y como derecho constitucional; afirma que la radio no es inocente en sus objetivos y entrega pautas para que la comunicación avance en la construcción colectiva del Para Qué? De esa radio que se está haciendo o que se tiene como proyecto. Relaciona a la radio comunitaria con 5 adjetivos:

PARTICIPATIVA

Por participación se entiende la intervención consciente, decidida y protagónica de “la gente” en todas las actividades y procesos que buscan elevar su calidad de vida. Para la radio comunitaria “la gente”, no es solo un número determinado de “oyentes” es un potencial colectivo que tiene como estrategias de participación,

entre otras, la realización y generación de iniciativas que se concretan en programas y contenidos radiales, en organizaciones comunitarias, en la definición de mecanismos que garanticen esa presencia real en todo el proceso de comunicación que se genera en los barrios, veredas, zonas rurales y urbanas donde actúan las emisoras.

Abrirnos a la participación es entender que en nuestro entorno hay múltiples voces, múltiples programas y formas de realización, muchas expresiones culturales y artísticas, variados actores que, en igualdad de condiciones, se expresan en esa cajita que es “el radio”.

DEMOCRÁTICA

La radio comunitaria se reivindica como una de las maneras más directas de ejercer 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...”³. La constitución de 1991 es generosa en mecanismos de participación, consulta y control ciudadano del ejercicio público. Esos espacios deben ser llenados por “la gente” que, para el efecto, se transforma en “actor social”. Esa transformación de “vecino” a “actor social” exige un proceso de promoción y capacitación que brinde a “los sin voz”, la posibilidad de “tomar y lanzar la voz” en igualdad de condiciones respecto a “quienes siempre la han tenido”.

PLURALISTA

Antonio Pasquali, dice que “comunicación es la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de

total reciprocidad⁴. Pasquali asumió de manera radical que se trataba de una relación en medio de un contexto que exigía reciprocidad; La pretendida “total” reciprocidad, no es más que la confirmación de que, en su criterio, sin las mismas posibilidades, no se pueden constituir los sujetos de un proceso de comunicación.

FORMADORA POLÍTICA

Desde opciones muy diversas, la radio comunitaria es un proyecto educativo que, ajustado a los criterios expuestos, forma ciudadanos para la participación, el respeto, la tolerancia y la profundización de la democracia. Lo que sí es cierto es que, siendo una carta de derechos, sustenta las experiencias de comunicación alternativa que hasta hace poco eran objeto de persecución militar y política. Que sobrevivan y mantengan su condición de medios para la comunidad depende, en gran medida, de que puedan formar ese ciudadano que necesita la nueva ciudadanía. Esa es la apuesta política de fondo: una sociedad democrática apoyada en los pilares de la libertad, la autonomía de decisión y la igualdad de oportunidades.

CALLEJERA

Una emisora comercial colombiana se precia de “sacar la radio a la calle” y, en esas esporádicas salidas, de presentar algunas crónicas de anónimos personajes y, en la mayoría de los casos, de consultar su opinión sobre un asunto de interés general del día. Esa es la idea, salir a la calle, no en un arrebato de esnobismo, sino como reconocimiento de la realidad vital que allí transcurre.

³ Constitución Política de la República de Colombia. Ministerio de Justicia y del derecho, 1996.

⁴ Pasquali, Antonio. Comprender la Comunicación. 1979. Caracas. Venezuela. De. Monte Ávila

Una comunidad vive como tal en los espacios públicos; en la recuperación de ellos, de la calle como posibilidad de encuentro y de la memoria como espejo colectivo.

La radio comunitaria debe tener como referente el desarrollo de la población, como esencia la participación y como metodología el trabajo callejero.

La radio no es inocente en sus objetivos: cuáles son, para dónde van, hasta dónde llegan y cómo se consiguen, son respuestas que debe dar cada experiencia de radio comunitaria.

También sugiere algunos formatos que faciliten las estrategias de participación e identificación comunitaria con la emisora y además nos sitúa en el contexto jurídico y de las emisoras.

Finalmente Jesús Martín Barbero y Armando Silva en su texto “proyectar la comunicación” realizan una serie de compilaciones de diversos autores de las cuales rescato “El medio es el mensaje” De Marshall McLuhan donde nos aclara:

“ en una cultura como la nuestra, acostumbrada desde largo tiempo a escindir y dividir todas las cosas como un medio de control como a veces nos choca el que se nos recuerde que, en los hechos operantes y prácticos, el medio es el mensaje. Esto quiere decir, simplemente que las consecuencias personales y sociales de cualquier medio (es decir, de cualquiera prolongación de nosotros mismos) resulta de la nueva escala que se introduce en nuestros asuntos, debido a cada prolongación de nuestro propio ser o debido a cada nueva técnica. Así, con la automatización, por ejemplo, es cierto que las nuevas pautas de asociación humana tienden a eliminar empleos. Éste es el resultado negativo. Del lado positivo, la automatización crea papeles para las personas, lo que quiere decir una

mayor profundidad de entrega al trabajo y a la sociedad que nuestra anterior técnica mecánica había destruido.”.⁵

Manuel Martín en su aparte “de la mediación de los medios” habla de la teoría de la mediación social el cual ofrece un nuevo objeto para las ciencias sociales: el estudio de la producción, transmisión y utilización de la cultura, a partir del análisis de los modelos culturales y de sus funciones. Estos estudios son especialmente necesarios cuando la cultura se utiliza como un procedimiento de dominación. Así ocurre en los fenómenos de transculturización, como se observa cuando una sociedad destruye las señas de identidad de otro; y también sucede en los procesos de control social, cada vez que se propone una visión preestablecida del mundo y de lo que sucede en el mundo, para influir sobre la conciencia de las personas.⁶

⁵ MARTÍN Manuel.” la comprensión de los medios como las extensiones del hombre”, p. 29-45, Diana, México 1969 Mc Graw – hill, nueva york 1964

6. MARCO LEGAL

Las emisoras comunitarias al igual que las emisoras comerciales se encuentran reglamentadas en la constitución Colombiana con el plan técnico Nacional de radiodifusión sonora. El ministerio de comunicaciones determinó tanto derechos como responsabilidades para el servicio comunitario.

Aunque en el marco conceptual ya se abordó la ley general de comunicación y se habló sobre el oficio de la radiodifusión; en este unto se pueden resaltar algunos artículos importantes de la constitución Colombiana, que se deben tener en cuenta para el desarrollo óptimo del proyecto comunicativo que se adelanta en la institución

“CAPÍTULO V

SERVICIO COMUNITARIO

Artículo 21. –Definición del servicio. El servicio comunitario de radiodifusión sonora, es un servicio público sin ánimo de lucro, (ya no de ámbito local) considerado como actividad de telecomunicaciones, a cargo del estado, quién lo prestará en gestión indirecta a través de comunidades organizadas debidamente constituidas en Colombia. El ministerio de Comunicaciones otorgará directamente mediante licencia la correspondiente concesión. Para tales efectos la entidad, de oficio o a solicitud de parte, convocará públicamente a los interesados en prestar dicho servicio, a través de cualquier medio de comunicación de circulación nacional, determinando le término para la presentación de las solicitudes de concesión.

⁶ Tomado de M. De Moragas (ed), Sociología de la comunicación, vol. I, pp. 141-162, Gustavo Gili, Barcelona, 1985.

Artículo 22. –Fines del servicio. El servicio comunitario de radiodifusión sonora está orientado a difundir programas de interés social para los diferentes sectores de la comunidad, que propicien su desarrollo socioeconómico y cultural, el sano esparcimiento y los valores esenciales de la nacionalidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana. Por tanto, todos los concesionarios tendrán la obligación de ajustar sus programas a los fines indicados.

Artículo 28. –Colaboración en campañas institucionales. Los concesionarios del servicio comunitario de radiodifusión sonora deberán prestar colaboración al ministerio de comunicaciones en la realización de proyectos de comunicación social que dinamicen la participación de la comunidad en la solución de sus problemas, su integración en el proceso de desarrollo social y económico del país y su expresión cultural.

Artículo 29. –De los programas. Las estaciones de servicio comunitario de radiodifusión sonora, podrán transmitir eventos recreativos y deportivos en los que participe la comunidad y programas culturales y docentes de interés social para el desarrollo comunitario. Igualmente, podrán transmitir programas de carácter informativo que estén directamente relacionados con los fines del servicio.”⁷

7. MARCO METODOLÓGICO

7.1 Concepción metodológica

Para el desarrollo de este proyecto se empleará la metodología participativa, ya que se ajusta a la temática propuesta. La cual se aplicará de unas estrategias y técnicas que se explicaran más adelante además teniendo en cuenta la propuesta de Alfonso Torres Carrillo quien designa para la investigación participativa las siguientes características:

- Centra su objeto de conocimiento y finalidad en la práctica; parte de ella y vuelve a ella para cambiarla. Su fin no es verificar hipótesis sino dinamizar procesos “transformar la realidad”
 - Propone una transformación de las condiciones y circunstancias que impiden la realización plena y autónoma de los sujetos sociales.
 - Implica una participación activa y decisoria de los sujetos involucrados. Investigadores e investigados son al mismo tiempo objeto y sujeto de investigación.
 - Se asume como un proceso de aprendizaje continuo, dado que la investigación misma exige y proporciona espacios educativos, tanto formales (cursos, talleres) como informales (conversación cotidiana, consejos prácticos)
 - Asumen de modo abierto y flexible los diseños de investigación; así mismo emplea diversas técnicas e instrumentos, generalmente haciéndolos participativos en su ejecución y análisis.
 - Busca beneficiar de manera directa e inmediata a las comunidades involucradas.
-

- El proceso investigativo es asumido como una espiral permanente en la que se articulan ciclos de planificación, acción, observación, reflexión, etc.
- Postula la conjugación de la teoría y práctica, es decir, una praxis social donde los aportes teóricos se vuelquen hacia la práctica de cambio individual y social.
- Procura ubicar el análisis de los problemas en el contexto histórico y social en el que se ubican, lo que permite una ampliación en el orden de la comprensión social en el que se ubican, lo que permite una ampliación en el orden de la comprensión y acción social.

Las estrategias que se aplicarán en el desarrollo del proyecto para recoger información y para realizar la intervención es la observación participante y el trabajo de campo: (para Taylor y Bogdan) designan la investigación que involucra la interacción social entre el investigador y los informantes en medio de los últimos y durante la cual se recogen datos de modo sistemático y no intrusivo.

Recolección de información

- Observaciones
- Lluvia de ideas
- Entrevistas
- Encuestas
- Talleres

Estrategias de intervención

- Asambleas
- Eventos públicos
- Talleres

7.2 Ruta crítica de la investigación

7.2.1 La población o Comunidad

La población con que se trabajará esta ubicada en el colegio Nuestra Señora de Chiquinquirá del barrio Niquía. Son Jóvenes estudiantes con edades que oscilan entre los 4 y 18 años y adultos que conforman el área docente y administrativa. Trabajaré como mediadora entre ocho jóvenes que cursan el grado noveno en la actualidad y estos principalmente serán los encargados de manejar dicha emisora e impulsarla a la comunidad educativa.

7.2.2 Estrategias para recoger la información

En la aplicación practica de la propuesta se diseñaron algunos instrumentos para la recolección de la información, los cuales se definirán brevemente:

ENCUESTA: Es una técnica donde se utilizan formularios idénticos destinados a un grupo de personas; con este se consiguen datos cuantitativos que pueden ser cotejados o explicados en forma cualitativa.

- En este caso seleccionamos algunos estudiantes voluntarios de cada grupo para aplicar unas encuestas, para la profundización de información sobre el tema a trabajar.

ENTREVISTA: Es un proceso en el que intervienen dos o más personas, dirigida por el entrevistador al entrevistado(s) con preguntas y respuestas que pueden ser verbales o escritas y tener diversos grados de conformidad. Con ella se recogen datos, ideas, criticas y opiniones sobre temas o circunstancias especificas.

- **Entrevistas Informales:** Realizadas en forma oral a los estudiantes en los espacios habituales del Colegio Nuestra Señora de Chiquinquirá.
- **Entrevistas Formales:** Efectuadas a cien estudiantes, a quince profesores y cinco administrativos, de tal forma que aporten información efectiva para la profundización del problema en estudio.

OBSERVACIÓN: Consiste en apreciar o percibir con atención ciertos aspectos de la realidad inmediata. Se observan los hechos y acontecimientos a través de todos los sentidos, teniendo en cuenta principalmente la vista y el oído. Ayuda a ubicarse en la realidad y a tomar contacto con la población. Debe ser permanente, ordenada, dinámica y secuencial.

- Observemos a los jóvenes en los diferentes espacios (aulas de clase, eventos culturales y deportivos y fuera del colegio) para analizar su utilización del tiempo.

HISTORIAS DE VIDA: Es un tipo de entrevista muy abierta que permite recoger la trayectoria personal de un individuo recuperando su experiencia vital y enmarcado en el contexto social y cultural en el que vivió.

- Realizamos historias de vida con diferentes personas de la institución y a partir de las vivencias hacer un análisis individual y grupal sobre la problemática.

TESTIMONIO: Al igual que la historia de vida, el testimonio puede ser asumido como una técnica o táctica específica para obtener información de un hecho con identidad propia.

- Aplicamos esta técnica a varios estudiantes para verificar la realidad y los planteamientos teóricos.

LLUVIA DE IDEAS: Estrategia que sirve para recolectar información, cuyo principal objetivo es que los participantes aporten opiniones o conocimientos, respecto a una situación, permitiendo llegar a conclusiones y acuerdos comunes.

- Las lluvias de ideas fueron realizadas en talleres para recoger información y en talleres de sensibilización y capacitación.

DIARIO DE CAMPO: Registro especial para consignar por escrito lo observado (tipo de situación, fecha, lugar, hora, informaciones) permitiendo acceder a ellos con alto grado de confiabilidad.

- Durante todo el proceso investigativo utilizamos esta técnica.

TALLERES: “Consisten en jornadas de trabajo de un grupo de personas en torno a un tema específico, en el cual se busca producir nuevos aportes a partir de unos insumos previos como lecturas o videos.

Suponen una activa participación de sus integrantes en torno a los temas fijados y a los propósitos que se desean alcanzar”⁸

- Realizamos talleres de diagnóstico para recoger información en la comunidad. (Anexo A)

REVISIÓN BIBLIOGRAFICA: Se hizo en textos de Comunicación Comunitaria, audios, videos, investigación de archivos, etc.

7.2.3 Estrategias para análisis de información

Para analizar los datos se tuvieron en cuenta la propuesta de Carrillo que se refiere a: Seleccionar, ordenar, clasificar, establecer relaciones, jerarquizar y tipologizar los datos referidos al objeto de estudio, revisando periódicamente la información.

De acuerdo con Cinde (1990) citado por Carrillo: “El análisis de información cualitativa esta orientado a producir un resumen lógico de las informaciones obtenidas, de tal modo que se pueda dar respuesta a los interrogantes que orientaron el proceso de exploración de las fuentes y el trabajo de campo”⁹

Los procedimientos analíticos realizados se resumen de la siguiente manera:

1. Focalización del objeto de estudio: Es la formulación de preguntas que señalan los aspectos específicos del objeto de estudio.
2. Reformulación de la información: Es la modificación de los datos ampliando las primeras fuentes, observaciones y entrevistas y descartando lo innecesario.
3. Relectura de la información: Reunión de todas las notas, transcripciones y materiales de campo para volver a ser leídos.

⁹ TORRES CARRILLO, Alfonso. Estrategias y Técnicas de Investigación Cualitativa. Santa Fé de Bogotá. UNAD. 1995. P. 168

4. Extracción de ideas relevantes: Escribir los comentarios sobre los temas relevantes, las intuiciones y conjeturas sobre las observaciones hechas, por ejemplo las conexiones, clasificaciones y diferencias.
5. Revisión de literatura: Es permanente, pues aunque los estudios cualitativos no tienen como característica la verificación de teorías, tampoco se puede prescindir de ellas.

Luego de lo anterior, se procedió a **categorizar la información** en unidades temáticas, donde primaron los datos que eran necesarios “fraccionar y nombrar”, creando a su vez subconjuntos. Se reorganizaron todos los datos, a lo que llamamos **clasificación y organización**, transcribiendo los registros en **matrices agrupadoras**, por criterios.

Después de analizar las matrices agrupadoras, procedimos a **establecer relaciones**, para recomponer lógicamente los datos. Al establecer vínculos entre las diversas fuentes, se construye la lógica de relaciones estructurales de la realidad estudiada.

Por último se realizó el proceso de **Interpretación** consignado en los marcos de Referencia y en la Descripción, Análisis de Resultados del Proyecto.

¹⁰“la interpretación busca ir más allá los análisis de los datos para tratar de establecer una conexión entre la información organizada analíticamente y el conocimiento teórico acumulado sobre el tema en cuestión, con el fin de construir un nuevo ordenamiento lógico del tema estudiado; a demás de profundizar en la pregunta sobre cómo pasó, busca responder el por qué pasó de ese modo”

7.3. Fases en las que avanzó el proceso investigativo

Fases	Actividad
VI Semestre Fase 1 : Diagnóstico de la problemática	Acercamiento a la comunidad Consulta en fuentes teóricas. Identificación de las necesidades. Observación de los jóvenes en diferentes espacios. Sistematización y Evaluación de la Información
VII Semestre Fase 2: Planeación	Estrategias para recoger la información. Programación de talleres de prevención. Concertación del trabajo con las directivas del colegio. Sistematización y Evaluación de la Información Consulta en fuentes bibliográficas
VIII Semestre Fase 3: Ejecución	Análisis macro de la información y sistematización. Elaborar propuesta de intervención. Desarrollo de talleres. Realizar evaluación Consulta fuentes bibliográficas
IX Semestre Fase 4: Evaluación y Conclusiones	Análisis y sistematización de la información. Evaluación de resultados. Devolución de resultados. Confrontación teórica. Evaluación final. Sustentación

¹⁰ Op.Cit.P190.

8. RECURSOS DISPONIBLES

8.1 Materiales

- Textos de comunicación social comunitaria y radio comunitaria
- Enciclopedias
- Audios
- Grabadoras
- Consolas
- Micrófonos
- Parlantes
- Computadores
- Diskettes
- Cassettes
- C.D.
- Papelería y material para las capacitaciones
- Fotocopias

8.2 Institucionales

- Universidad nacional abierta y a distancia UNAD
- Colegio Parroquial Nuestra Señora de Chiquinquirá
- Bibliotecas: UNAD, Comfama, Comfenalco, U de A

8.3 Humanos

- El asesor del proyecto Juan Carlos Ocampo.

- Comunidad educativa Nuestra Señora de Chiquinquirá:
Directivas, Docentes, Alumnos y Comunidad en General
- Asesor de Capacitaciones Jorge Hernan Sierra
- Investigadora

9. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PROYECTO

9.1 Estrategias de intervención diseñadas para el funcionamiento de la emisora

Cuando nos preguntamos por el límite y capacidad de las instituciones para contener, acompañar, sostener y orientar a los alumnos con relación a las falencias actuales de la educación surge la necesidad de generar propuestas proactivas que generen ambientes atractivos para las comunidades. Es aquí donde las estrategias nos proponen acercarnos a la comunidad educativa e intervenir en la misma por medio de:

- Detectar líderes del colegio, con el fin de canalizar la información y facilitar algunos procesos del montaje de la emisora.

Para detectar dichos líderes se realizaron motivaciones con estímulos académicos por parte de los coordinadores de la institución, además se buscaron alumnos que estuviesen disponibles y tuvieran buenas capacidades para el manejo de la misma.

- Realizar un diagnóstico social por medio de observaciones y entrevistas para conocer los intereses musicales y culturales.

Por medio de diagnósticos, entrevistas (ver anexo A) y encuestas (ver anexo f) se determinó que la emisora cumplía un papel poco satisfactorio para la misma comunidad educativa. (Ver anexos G) por lo mismo fue de mucha ayuda contar con dicha información; de esta manera fue más fácil conocer y llegar a satisfacer los intereses de la comunidad educativa y saber que tipo de programación demandaba la misma.

- Realización de talleres de concienciación y capacitación en el adecuado manejo de las emisoras institucionales.

Con los talleres de concienciación y capacitación se instruyeron los líderes de la comunidad para el manejo adecuado de los equipos, sus funciones y realización de programas apropiados para la comunidad en general. (ver anexo H)

- Acercamiento a la comunidad para dar a conocer lo que se pretende con el proyecto y para sensibilizar sobre la importancia de un medio de comunicación en un espacio educativo.

Se mostró a la comunidad lo que pretendía la emisora con el mejoramiento de la misma, se buscaron espacios para mostrar la verdadera labor que desempeña una emisora comunitaria y como su papel puede ser de forma tanto educativa, como atrayente para la comunidad.

- A partir de las sugerencias de los diferentes estamentos del colegio, diseñar programas que satisfagan los intereses de toda la comunidad educativa

Con dichas sugerencias se logró organizar una programación que en general satisfizo la comunidad educativa, distribuyéndose por días determinados una programación para un público específico cada día. (ver anexos C, D, E, y H)

9.2 Descripción, análisis y resultados

9.2.1 Descripción del proceso

En un primer momento se afirmó que el colegio Parroquial Nuestra Señora de Chiquinquirá no contaba con buenos espacios de entretenimiento durante los descansos y jornadas extracurriculares. Por lo anterior surgió el interés de las directivas y demás comunidad educativa de mejorar la calidad de la emisora, para lo cual se les presentó la propuesta y se entregó el anteproyecto. A continuación fue aprobado con gran interés y expectativas porque vieron una posibilidad de adecuar tanto los espacios físicos de la emisora institucional como de mejorar en cierto grado la calidad de vida de los miembros de la institución a través de la capacitación de líderes para así prestar un mejor servicio a los usuarios, con una programación diferente pensada para toda la comunidad educativa en general y no solamente un público específico.

Luego se realizó un diagnóstico de la problemática a través de un acercamiento a los diferentes estamentos de la comunidad educativa mediante el uso de entrevistas, encuestas, y observaciones a los mismos, en diferentes contextos.

Después de obtener datos, e informaciones referentes a la formulación del problema se procedió a realizar una serie de talleres y capacitaciones de acuerdo a una previa planeación y concertación de horarios y fechas con los involucrados en el proyecto, durante los cuales se diseñaron programaciones variadas con el fin de satisfacer las necesidades de los diferentes estamentos educativos teniendo en cuenta los resultados de las entrevistas y encuestas realizadas a los mismos. Igualmente se realizaron capacitaciones técnicas sobre el manejo de equipos, consolas y utilización de micrófonos a los líderes de la emisora.

9.2.2 Análisis Descriptivo del Proceso

En un primer momento se conocieron las opiniones de la comunidad educativa y a partir de la inconformidad de los mismos se encontró que existía poca aceptación con la emisora, por lo anterior mismo se crearon unas estrategias de intervención; el proceso fue satisfactorio, ya que se logro despertar el interés por la emisora y se obtuvieron buenos resultados a la motivación constante que se hizo por los lideres de la emisora.

Los objetivos específicos se lograron a cabalidad llevando a darle cumplimiento al objetivo general y dándole respuesta a la formulación del problema “estrategias comunicacionales más adecuadas que permitieran un cabal funcionamiento de la emisora comunitaria del colegio Nuestra Señora de Chiquinquirá”

Se logro adecuar espacios únicos para la emisora y crear una programación variada que tuviese en cuenta todas las preferencias de las diferentes personas que conforman la comunidad educativa.

Mediante las capacitaciones y talleres de sensibilización y concienciación se desarrollo una visión más amplia del papel que juegan las emisoras comunitarias en las instituciones educativas, además de obtener el apoyo incondicional de todos los estamentos.

9.3. Resultado de las estrategias metodológicas

las estrategias y técnicas para recoger información fueron apropiadas para el logro de los objetivos general y específicos, ya que estas se ajustaron a los requerimientos de la investigación.

Sin la aplicación de las mismas, no hubiese sido posible la realización de la propuesta de prevención porque para llevarla a cabo era vital un diagnóstico confiable.

La herramienta de los talleres de capacitación y sensibilización es fundamental para la labor del comunicador social comunitario porque a través de ellos, pudimos fortalecer lazos de participación que al inicio de esta investigación se encontraban muy bajos.

Además se logró el empoderamiento de la comunidad educativa en cuanto a aumentar el conocimiento sobre las radios comunitarias y su labor frente a las instituciones educativas como también a elaborar propuestas que beneficien a todos los miembros de la institución y por ende a la sociedad.

Al concebir que el análisis de la información cierra el círculo del proceso investigativo para integrar los referentes conceptuales con los resultados, datos, etc, consideramos que las estrategias fueron aplicadas para fundamentar la formulación del problema y responder de esta manera a los objetivos de la investigación de forma adecuada y efectiva.

Se concluyó que el resultado de las estrategias de la intervención social fueron satisfactorias para todos.

9.4 Evaluación

9.4.1 Logros

- Los objetivos planteados en el proyecto se cumplieron a cabalidad por que las estrategias diseñadas para el mismo fueron pertinentes y arrojaron satisfactorios resultados.

- El diseño metodológico fue apropiado ya que las estrategias y técnicas utilizadas para recoger, intervenir y analizar la información fueron convenientes para el logro de los objetivos.
- La propuesta se desarrollo sin mayores contratiempos, el aspecto económico es el que aún conserva falencias pues la institución no reserva mucho presupuesto para la emisora.
- Los aportes del asesor del proyecto fueron enriquecedores por que conocía el desarrollo del proyecto y se dieron a su debido tiempo.
- Se adquirieron herramientas teóricas y metodológicas de gran apoyo al quehacer del comunicador social comunitario como la elaboración de estrategias y el respectivo análisis de las mismas.

9.4.2 Dificultades

- Poco presupuesto del colegio para el mantenimiento de los equipos con que cuenta
- En algunas ocasiones el tiempo fue limitado para los talleres de capacitación por dificultad de encontrar espacios que coincidieran tanto para los talleristas como para los estudiantes.
- En el comienzo hubo poco apoyo de las directivas de la institución desde lo económico por que el presupuesto destinado para la emisora es bajo.
- Se dificulto la búsqueda de espacios más amplios para la emisión de los programas por que alteraban las jornadas académicas.

10. CONCLUSIONES

- La programación debe planear y proyectar tópicos interesantes (polémicos, lúdicos, sensuales, sentimentales, fantásticos, ágiles y útiles) que inciten al oyente a continuar participando, en la medida en que se tocan sus intereses y se siente identificado con el tipo de programa que se desarrolla dentro de la emisora.
- La radio comunitaria la definen el servicio que presta a la comunidad y por tanto la participación activa del oyente en el proyecto radiofónico
- Para generar cambios de actitudes en una comunidad educativa se hace necesario integrar a sus miembros y permitirles la participación propiciando espacios lúdicos, educativos y culturales.
- La comunicación asertiva motiva a procesos de desarrollo comunitarios en nuestro caso el desarrollo de la emisora.
- La radio como medio de identificación cultural reúne diversas expresiones de una sociedad y, en el caso de las emisoras institucionales motiva a proyectos comunes de desarrollo educativo, social, cultural y económico.
- Los medios de comunicación comunitarios son una buena alternativa en las instituciones educativas como estrategias para el aprendizaje autónomo de los educandos.

11. RECOMENDACIONES

11.1 Para la Universidad

- La universidad puede propiciar la continuidad de los proyectos a través de los estudiantes que requieren un lugar para la práctica por que aún muchos de sus estudiantes se encuentran desubicados cuando se deben enfrentar a la misma.
- Incentivar y motivar a los estudiantes pero en especial a los asesores de los proyectos ya que son una pieza clave en el desarrollo de estos. El fracaso o éxito de una investigación depende de cada uno de los miembros que intervienen en ella.
- Seria enriquecedor que el asesor pudiera asistir ocasionalmente al lugar de la práctica para que hiciera sugerencias y prestara un apoyo y una orientación más directa en el desarrollo del proyecto con sus aportes.
- Se debería contar con un asesor por proyecto y no por nivel, ya que los estudiantes podrían contar más con el asesor y no se limitaría el tiempo para cada proyecto.

11.2 Para el colegio

- Crear otros medios de comunicación alternativos para la institución como periódicos, murales e impresos con el fin de que se cree un espacio comunicacional más amplio.
- Apoyar toda clase de eventos culturales, religiosos, artísticos, ecológicos y deportivos organizados por la institución o por la misma comunidad con la emisora demostrando el buen desarrollo de la misma.

- Se espera que la emisora se convierta de institucional a comunitaria con todo el proceso que esto implica, como la obtención de la licencia de comunicaciones y una proyección más amplia socialmente.
- Hacer mantenimiento constantemente a los equipos para evitar daños en los mismos.
- Revisar y evaluar la programación que emite la emisora, para que no se vuelva monótona y satisfaga los diferentes gustos.

GLOSARIO

DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

- **ALTERNATIVA:** (Del latín “alter” uno de dos. Necesidad de elegir entre dos o varias posibilidades que se excluyen mutuamente.

- **AUTONOMÍA:** Condición del pueblo que goza de entera independencia política. Condición del individuo que no depende de nadie.

- **CÓDIGO:** Conjunto de elementos pertinentes sobre los cuales se forma un sistema, mediante la combinación, según reglas prefijadas de aquellos. Los elementos pertinentes de un código se llaman signos diferenciados de las señales, por estos provocadores de estímulos cuya respuesta no son previsibles.

- **COMUNIDAD:** Es la reunión de intereses individuales que se encuentran identidades colectivas con relación a un hábitat común.

- **DESARROLLO DE UNA INVESTIGACIÓN:** Proceso del sistema elegido para llegar a objetar los correspondientes resultados para su posterior utilización.

- **EVALUACIÓN DE CONSECUENCIAS:** Investigación realizada con base en los efectos que podrían derivarse de unas informaciones determinadas, de acuerdo con las circunstancias socio-políticas o económico-culturales imperantes en un momento dado en una población concreta.

- **METODOLOGÍA:** Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición de doctrinas.
- **METODOLOGÍA DEL TRABAJO CIENTÍFICO:** Sucesión de etapas a cubrir, para hallar nuevos conocimientos, comprobar o predecir conductas de fenómenos hasta entonces ignorados.
- **PLANES:** Es el ordenamiento de prioridades, líneas de acción, estrategias, objetivos y metas que se establecen a partir del diagnóstico global de una entidad determinada. Cada plan puede comprender a su seno varios programas y proyectos los cuales puede anunciar pero sin entrar a desarrollarlos en toda su extensión en el propio texto del plan.
- **PROGRAMAS:** Priorización de estrategias, objetivos, acciones, metas y metodologías para avocar la intervención sobre un área específica, con unos sujetos específicos.
- **PROCESO:** Son acciones, actividades, funciones o procedimientos realizados para cumplir la finalidad del diseño o proyecto.
- **PROYECTO:** Es la mejor solución posible y concertada para enfrentar un problema o para aprovechar una oportunidad, en un lapso de tiempo dado y con unos recursos determinados (humanos, infraestructurales, financieros) a través de un conjunto de acciones coherentes entre sí que deben producir resultados objetivamente verificables y no mecánicamente medibles.
- **PLANIFICACIÓN:** Concepción de la totalidad de la campaña en su proceso de realización y de difusión. Plan general científicamente organizado para obtener un objetivo determinado.

- REPRESENTACIÓN: Imagen generalizada sensorialmente evidente de los objetos y fenómenos de la realidad; se conservan y reproducen en la conciencia sin que los propios objetos y fenómenos actúen directamente sobre los órganos de los sentidos.

- EL SÍMBOLO: Imagen, figura o divisa con que materialmente o verbal se representa un concepto moral o intelectual por alguna semejanza o correspondencia que el entendimiento percibe entre este concepto y aquella imagen.

- SIGNO: Entidad constituida por un significante y un significado que por si solo o integrado en un conjunto como parte de un código común permite al mensaje asumir un significado en el proceso de la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- BARBERO Martín, Jesús y Silva Armando. Proyectar la comunicación. Editorial tercer mundo. Primera edición 1997
- Constitución Política de la republica de Colombia. Ministerio de Justicia y del Derecho, 1996
- El' Gazi, Jeanine. Cultura y Región: La mirada a una experiencia en radio como espacio de interrelaciones y creación cultural de lo público desde lo local. Bogotá : Mimeo, 1999.
- HIGUITA Carlos, Beltrán Iván y Castro Iván. Lo que todo educador debe saber. Medellín editorial nuevo horizonte. 1994
- INTERNET. Pág. Web. www.cntv.org.gov

W.www.geocities.com

- MINISTERIO de Comunicaciones. "Una nueva radio para Colombia", Bogotá, 1995. Decreto 1447 de 1995.
- PASQUALI, Antonio. Comprender la Comunicación: 1979. Caracas. Venezuela. De. Monte Ávila.
- PINZÓN Uribe, Yolanda. La radio comunitaria: el comienzo de la democratización de la radio, Mimeo, 1998

- SÁNCHEZ José Ignacio. La radio comunitaria I y II. Bogotá. Editorial UNAD. Primera edición. 1998
- SIGNO Y PENSAMIENTO. Volumen 20 N° 38 Bogotá. Editorial javegraf enero 2001
- SIGNO Y PENSAMIENTO. Volumen 17 N° 33 Bogota. Editorial javegraf junio- diciembre 1998
- Tomado de la comprensión de los medios como las extensiones del hombre, p. 29-45, Diana, México 1969 Mc Graw-hill, nueva york 1964.
- Tomado de M. De Moragas (ED), Sociología de la comunicación, Vol. I, pp. 141-162, Gustavo Gili, Barcelona, 1985.
- TORRES Carrillo Alfonso. Aprender a investigar en comunidad I Santa fe de Bogotá. Editorial UNAD. 1995
- TORRES Carrillo Alfonso. Estrategias y técnicas de investigación cualitativa. Santa fé de Bogotá. Editorial UNAD.
- VELÁSQUEZ Jorge Alberto. Derecho de comunicación general y especial. Medellín. Editorial Universidad pontificia bolivariana. Primera edición 1999

ANEXOS

Anexo A

**ENTREVISTA A COMUNIDAD EDUCATIVA DEL COLEGIO NUESTRA
SEÑORA DE CHIQUINQUIRA**

Objetivo: elaborar un diagnostico con respecto al funcionamiento de la emisora actual del colegio Nuestra Señora de Chiquinquirá

**EMISORA ESTUDIANTIL
NUESTRA SEÑORA DE CHIQUINQUIRÁ**

NOMBRE: _____ **EDAD:** _____ **GRADO:** _____

OCUPACIÓN: _____

1. ¿Le gusta la emisora del colegio. si.....no..... por qué? _____

2. ¿ Qué música le gustaría escuchar durante los descansos? _____

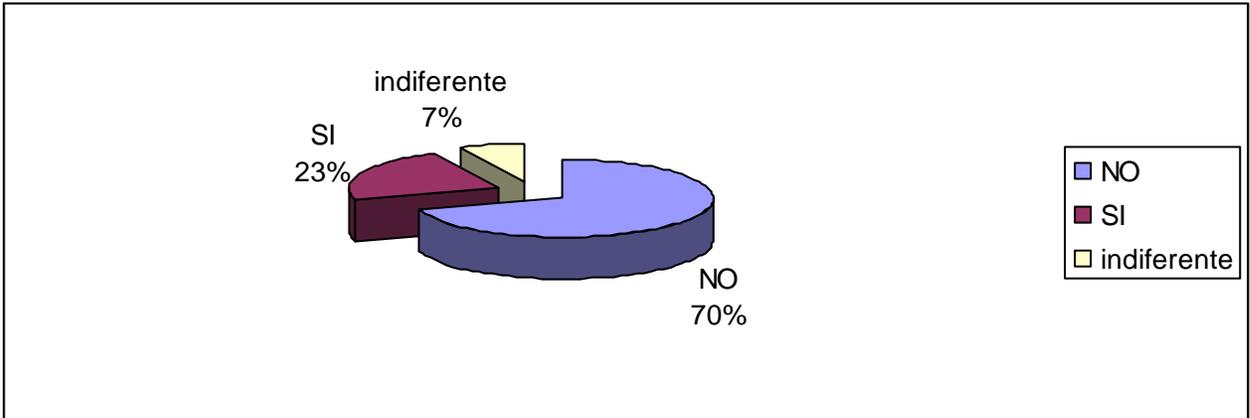
**3.¿Le gustaría que se diera algún tipo de programa mezclado con la música?
Si.....No..... por qué?** _____

4.¿Que tipo de programas le gustarían? _____

5. ¿Qué sugerencia tiene para mejorar la emisora? _____

Anexo B

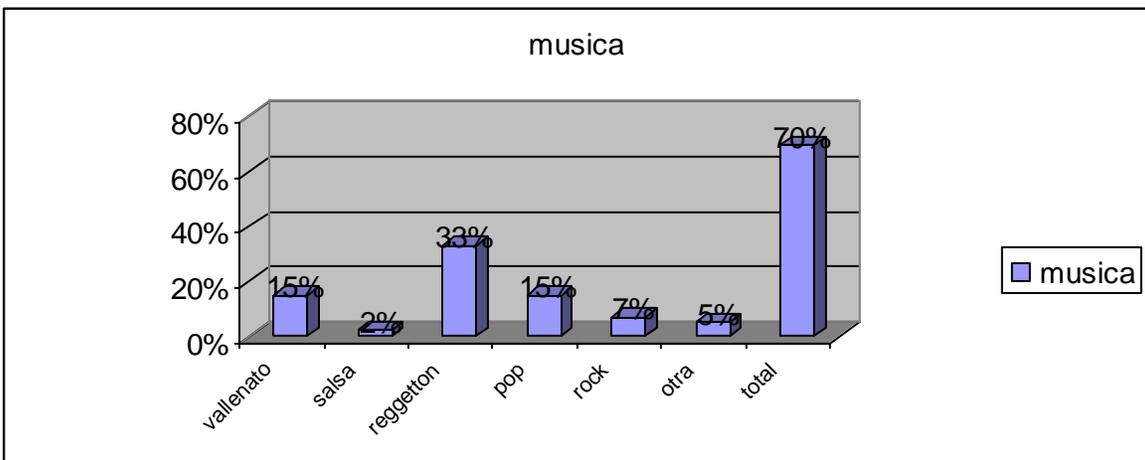
Resultado a la pregunta N° 1 (Anexo A)



Total de entrevistados 70

Anexo C

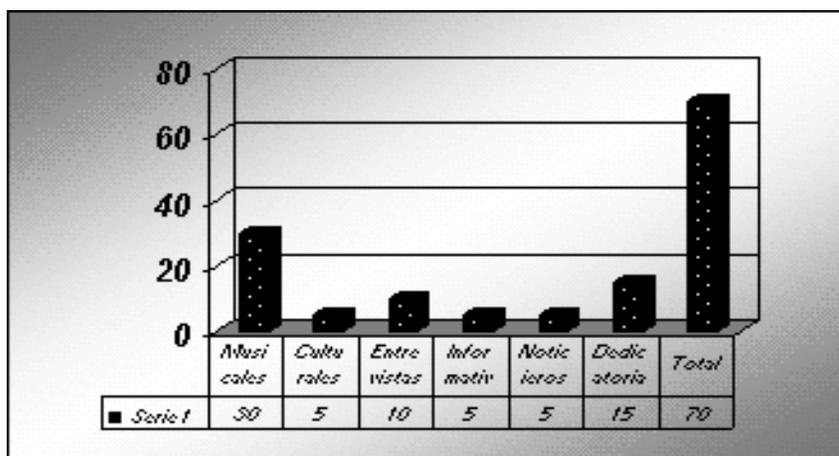
Resultados a la pregunta N° 2 (anexo A)



Total de entrevistados 70

ANEXO D

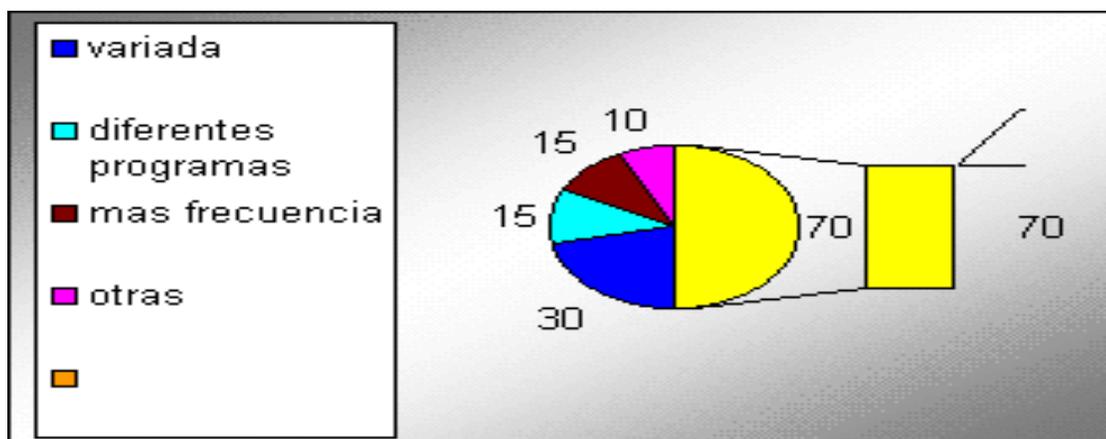
Tipos de programas de interés de la comunidad



Total de entrevistados 70

ANEXO E

Sugerencias a la emisora



Total de entrevistados 70

ANEXO F

Encuesta a exalumnos sobre la historia de la emisora (promociones 1.999 en adelante)

1) ¿Desde que año funciona la emisora?

2) ¿Quiénes la han dirigido? (señalar con una X)

Profesores

Alumnos de Once grado

Directivas

Particulares

3) ¿ha existido sensibilización y capacitación sobre este medio?

SI

NO

4) Defina como era la emisora (señalar con una X)

Interesante() Atractiva () Aburridora () Repetitiva () Monótona ()

ANEXO G

Resultados encuesta (Anexo F)

- 1) 1994 ----- 15 personas
1995 ----- 17 personas
1997 ----- 8 personas
1999 ----- 5 personas

- 2) Profesores ----- 2
Alumnos de Once grado ----- 40
Directivas ----- 3
Particulares ----- 0

- 3) SI ----- 5 personas
NO ----- 40 personas

- 4) Interesante ----- 3 personas
Atractiva ----- 2 personas
Aburridora ----- 23 personas
Repetitiva ----- 12 personas
Monótona ----- 5 personas

Total encuestados 45

ANEXO H

PROGRAMACIÓN

DIA	PROGRAMA	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA
LUNES	Especiales (Temas Tabúes)	James Restrepo	Para los adolescentes es de gran importancia conocer sobre los temas que la comunidad y sus familias evitan hablar, por esta razón pensamos en ESPECIALES como un programa en donde ellos pueden resolver sus inquietudes más abiertamente
MARTES	Entrevistando Ando	Edwin Gil	Para nuestro colegio todas las personas son de gran importancia, por esto ENTREVISTANDO ANDO quiere conocer las experiencias de las personas que se encuentran en nuestra comunidad.
MIÉRCOLES	Te Dedicó	Zoraida González	TE DEDICO pretende afianzar los valores que como institución enseña a toda su comunidad educativa, Será de suma importancia debatir de estos ante la sociedad actual.
JUEVES	Con Cultura	Jeison Betancur	CON CULTURA incitará a

			toda la comunidad a aprender y conocer nuestro mundo con sus datos curiosos y noticias de interés educativas, científicas, tecnológicas entre otras.
VIERNES	Enterándonos (información)	Cesar Villa	ENTERANDONOS será un programa informativo en el cual usted como oyente se enterará de lo que pasará en su municipio todo el fin de semana (programación cultural, cafés y bares más atractivos, Rumbas , entre otros)

Horarios:

12:20 a 12:30 Música Variada

2:30 a 2:45 Programación

5:00 a 5:15 Programación

6:40 a 6:50 Música Variada

Estos horarios son diarios para todos los programas.

ANEXO J**PROGRAMACION**

DÍA E INTESIDAD	PROGRAMA	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA
MARTES (Una vez en el mes)	APRENDIENDO	DEIBI ANDREA MONTOYA	APRENDIENDO es un programa en el cual se llevan invitados para que resuelvan las dudas de los jóvenes estudiantes y de la comunidad educativa. En este programa los alumnos participan llevando propiamente a la emisora sus preguntas y nuestro invitado las contestara e igualmente nos hablara todo acerca del tema que se este tratando y en lo cual es especialista.

**GUION PROGRAMA RADIAL EN LA EMISORA DEL COLEGIO NUESTRA
SEÑORA DE CHIQUINQUIRÁ**

<p style="text-align: center;">12:20 – 12:30</p>	<p style="text-align: center;">Locutor</p>	<p style="text-align: center;">(Música Variada)</p> <p>Muy buenas tardes a todos nuestros estudiantes y demás comunidad educativa, los saluda su amiga Deibi Andrea que los acompañara en el día de hoy en su programa radial favorito APRENDIENDO</p> <p style="text-align: center;">(Cortinilla de Música)</p> <p>Desde hoy y cada mes estaré con ustedes e igualmente acompañada por invitados especiales que nos resolverán muchas dudas. Escribanos de que temas quieren saber y haremos lo posible por complacerlos. Hoy nos acompaña una invitada muy querida por todos, en el descanso sabrán de</p>
---	---	---

		quien hablo. Nos vemos
2:30 – 2:45	Locutor	Bueno, ya fue bastante tiempo de duda, nuestra invitada en el día de hoy Es Psicóloga de la universidad de Antioquia y actualmente trabaja aquí en nuestro colegio, su nombre es Ángela Maria ¡Hola! Como estas?
	Invitada	Respuestas de la invitada
	Locutor	Bueno Ángela sabiendo de antemano que a los jóvenes actualmente les inquieta saber sobre la Homosexualidad, que nos podrías decir del tema y acláranos muchas dudas que tenemos en el día de hoy.
	Invitada	Respuestas de la invitada
	Locutor	Bueno oyentes, como escuchan nuestro tema del día de hoy esta muy interesante, mándenos

		<p>por escrito la pregunta que desea hacerle a nuestra psicóloga que en lo posible ella les dará la respuesta en nuestro próximo descanso.</p> <p>Por el momento vamos con (canción)</p>
	música	
	Locutor	<p>Continuamos con el tema La Homosexualidad.</p> <p>Ángela por que es importante saber sobre este tema</p>
	Invitada	Respuestas de la invitada
	Locutor	<p>Los dejo con esta canción y nos encontramos de nuevo a las 5:00 PM en nuestro próximo descanso.</p> <p>No olviden enviar las preguntas que tienen a nuestra emisora.</p>
5:00 – 5:15	Locutor	Y de nuevo con ustedes

		Deibi Andrea y nuestra invitada Ángela María. Comencemos pues con el sondeo de preguntas. (Durante este descanso se resolverán las inquietudes de nuestra comunidad educativa)
	Invitada	(Respondiendo las preguntas hechas por la comunidad educativa)
	Locutor	Han sido muy interesantes sus preguntas, de esta manera aprendemos todos conjuntamente, pero ahora escuchemos (canción)
	Música	
	Locutor	Sigamos escuchando las inquietudes de ustedes acerca del tema.
	Invitada	(Respondiendo más preguntas)

	Locutor	Ha sido muy agradable contar con la ayuda de nuestra psicóloga en el tema del día de hoy, que lástima que haya sido tan corto el tiempo, los espero en otro programa de APRENDIENDO.
6:40 – 6:50	Locutor	Esto ha sido todo en la jornada del día de hoy, pero despedámonos alegres y tarareando canciones. Escuchemos (Canción) Hasta pronto
	Música	

RESUMEN

“ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS QUE PERMITAN EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMISORA INSTITUCIONAL DE COLEGIO NUESTRA SEÑORA DE CHIQUINQUIRA EN BELLO” es un proyecto desarrollado conjuntamente por la comunidad educativa para la emisora de la institución. Dicha propuesta es darle respuestas positivas a un problema comunicacional como son la falencias en su programación radial , el manejo y adecuación de los espacios para la misma.

El proyecto debe convertirse en un punto de encuentro y la oportunidad para que la comunidad exprese su sentir, debe ser una puerta de entrada a la educación y un medio donde se traten los problemas cotidianos de la sociedad. Su fin en particular debe ofrecer espacios desde los cuales se pueden fabricar bienes y servicios, arte y cultura, inventos y pensamientos.

Desde hace cuatro años aproximadamente se había iniciado el trabajo de investigación, la cual contó con gran acogida por todos los estamentos de la institución. Dicha propuesta se desarrollo con percances por lo económico y equipos en mal estado. Sin embargo se hizo lo posible por sacar adelante el proyecto y culminarla con éxito con lo poco que teníamos.