

Formación reporteros para radio comunitaria

CLAUDIA PATRICIA REY NIETO

HENRY MANCERA PRIETO

JHON JAIRO SÁNCHEZ VALENCIA

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD

COMUNICACIÓN SOCIAL COMUNITARIA

ACACIAS

2002

FORMACIÓN REPORTEROS PARA RADIO COMUNITARIA

CLAUDIA PATRICIA REY NIETO

HENRY MANCERA PRIETO

JHON JAIRO SÁNCHEZ VALENCIA

Tutora del proyecto

LUZ EMELDA MÉNDEZ

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD

COMUNICACIÓN SOCIAL COMUNITARIA

ACACIAS

2002

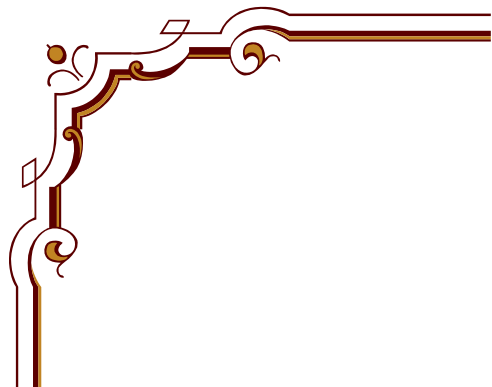
Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

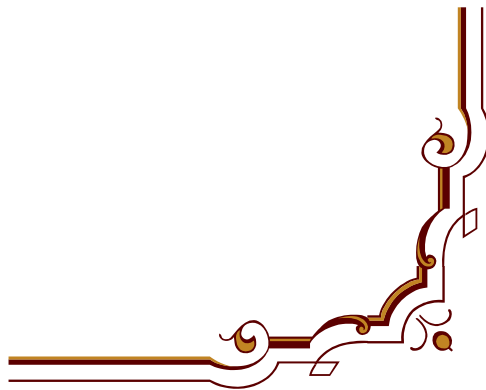
Jurado

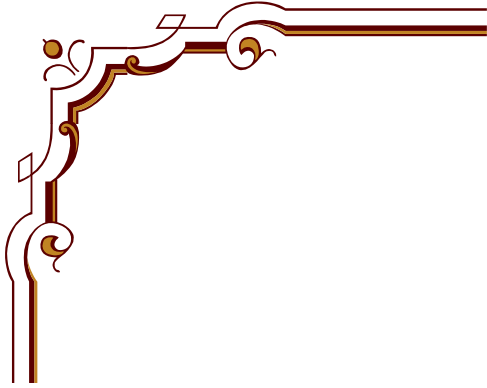
Villavicencio, 29 de junio de 2002



Dedico este trabajo de grado a mis padres, quienes en los momentos en que los necesitaba me recibieron con amor y comprensión; y gracias a su fuerza y dedicación son los artífices de que hoy en día cumpla con el sueño más grande de mi vida que es la de realizarme como profesional abriendo así una puerta hacia un futuro incierto, pero lleno de oportunidades que estoy segura sabré aprovechar.

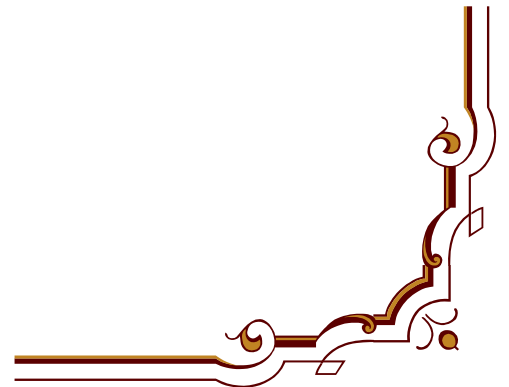
CLAUDIA REY

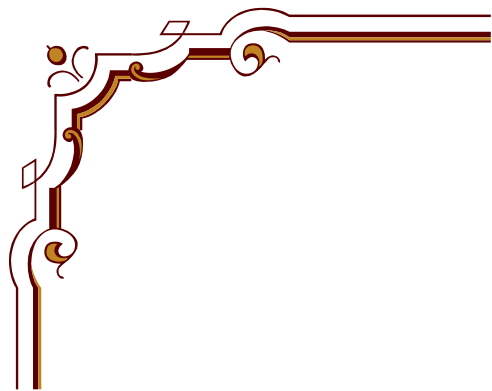




*A todos lo que me brindaron su apoyo para sacar adelante esta carrera, especialmente a DIOS, a mis padres, esposa, hijos, hermanos, demás familiares, a mis compañeros de trabajo y estudio;
a todos mil gracias, este trabajo también es de todos ustedes, DIOS los bendiga.*

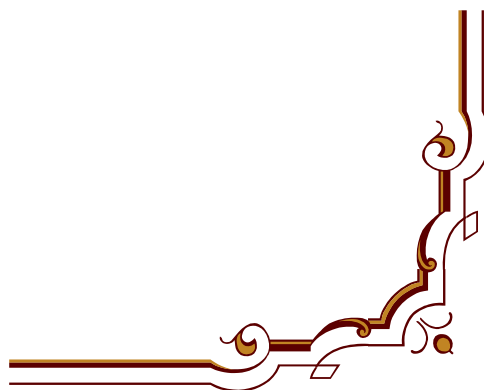
HENRY MANCERA PRIETO





*Dedico este proyecto a mi madre
Janeth Valencia Plazas, mi
hermana, hermano y especialmente
a DIOS por haberme dado un logro
importante en mi vida como es el
de ser profesional en
Comunicación Social Comunitaria.*

JHON JAIRO SÁNCHEZ VALENCIA



AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios porque nos dio la fortaleza, el empeño para sacar adelante esta gran meta que es la de formarnos como profesionales la cual nos permite avanzar un peldaño más hacia el éxito de nuestras vidas.

A nuestros padres por el apoyo, esfuerzo y dedicación que mostraron a lo largo de la carrera; y que hoy les permite cumplir con este sueño que es la de ver a sus hijos profesionales.

A las tutoras LUZ MELDA MÉNDEZ y FFAUDHE SALGADO, por la sabiduría y dedicación que tuvieron con nosotros a lo largo de nuestra carrera.

“Agradecemos especialmente a los Reporteros Comunitarios por la labor que desempeñaron y el apoyo que brindaron, ya que sin ellos no hubiera sido posible cumplir con esta meta”.

CONTENIDO

	Pág.
1. DESCRIPCIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	22
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	23
2. JUSTIFICACIÓN	24
3. OBJETIVOS	26
3.1 OBJETIVO GENERAL	26
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	28
4. HISTORIA DEPARTAMENTO DEL META	28
4.1 COLONIZACIÓN	30
5. MARCO INSTITUCIONAL	30
5.1 GEOREFERENCIAS DE ACACIAS	31
5.2 LIMITES MUNICIPALES	31
5.2.1 Norte y Oriente	31
5.2.2 Occidente	31
5.2.3 Oriente	31
5.2.4 Sur	31
5.3 FUNDACIÓN DE ACACIAS	31
5.4 DIVISIÓN POLÍTICO -ADMINISTRATIVA DEL MUNICIPIO	33
5.5 EXTENSIÓN	35
5.6 TEMPERATURA	35
5.7 ASPECTOS NATURALES y AMBIENTALES DEL MUNICIPIO	35
5.8 ASPECTO CULTURAL DEL MUNICIPIO DE ACACIAS	37
5.9 ASPECTO SOCIO-POLÍTICO DE ACACIAS	38
5.10 ACACIAS HOY	39
5.10.1 El parque principal	40

5.10.2	La Iglesia Catedral Nuestra Señora del Carmen	40
5.10.3	El Malecón Turístico	40
5.10.4	Clubes, Balnearios y Estaderos	40
5.10.5	Rios, Bosques y Caños	40
5.10.6	Agroturismo	41
5.11	POBLACIÓN DESDE SU FUNDACIÓN	41
5.12	RELIEVE	41
5.13	RIOS	42
5.14	SENTIDO DE PERTENENCIA	42
5.14.1	Insignias de Acacias	42
5.14.1.1	El Himno	42
5.14.1.2	Bandera	43
5.14.1.3	Escudo	44
6.	MARCO TEÓRICO	45
6.1	LA COMUNIDAD	45
6.2	COMUNICACIÓN “NECESIDAD VITAL DEL HOMBRE”	48
6.2.1	Clases de Comunicación	49
6.2.2	Factores de la comunicación	50
6.2.3	Emisor o Fuente	50
6.2.4	Señal	50
6.2.5	Receptor	50
6.3	COMUNICACIÓN	51
6.3.1	Proyección de la Comunicación Corporativa para la comunidad	52
6.4	LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA COMUNIDAD	53
6.5	DISEÑO DE UNA ORGANIZACIÓN COMUNICATIVA	54
6.6	MANEJO DE LA COMUNICACIÓN VERBAL, ESCRITA Y GRUPAL DENTRO DE UNA COMUNIDAD	55
6.6.1	Verbal	56
6.6.1.1	Cualidades Físicas	56
6.6.1.2	Cualidades Intelectuales	56
6.6.1.3	Cualidades Morales	57
6.6.2	Escrita	57

6.6.3 Grupal	57
6.7 LIDERAZGO Y PARTICIPACIÓN	57
6.7.1 Confianza y diálogo en grupos	58
6.7.2 Presentaciones en grupo	59
6.8 HACIA UNA DEFINICIÓN DE LO ALTERNATIVO EN COMUNICACIÓN	60
6.8.1 Lo alternativo y lo participativo: dos términos en construcción	60
6.8.1.1 Lo alternativo en comunicación	61
6.8.1.2 Lo alternativo respecto al medio	61
6.9 LA RADIO	63
6.9.1 Ventajas de la radio	65
6.9.2 Características generales de la radio	65
6.9.3 Las funciones de la radio	66
6.9.4 Contenidos periodísticos de la radio	67
6.9.4.1 Flash	68
6.9.4.2 Boletín	68
6.9.4.3 Panorama	68
6.9.5 La entrevista o reportaje de radio	68
6.9.5.1 La entrevista indirecta	69
6.9.5.2 La entrevista directa	69
6.9.5.2.1 En vivo presencial	69
6.9.5.2.2 En vivo no presencial	70
6.9.5.2.3 Grabada	70
6.9.5.3 La entrevista Grabada	70
6.9.5.3.1 En crudo	70
6.9.5.3.2 Extractada	70
6.9.5.3.3 Editada	71
6.10 DESARROLLO DE LA RADIO EN COLOMBIA	73
6.11 LA RADIO COMUNITARIA	74
6.11.1 Características de la radio comunitaria	75
6.12 LA CONSTRUCCIÓN DE LO PÚBLICO	78
6.13 LA EXPRESIÓN DE QUEHACER CULTURAL DE LA REGIÓN	79
6.14 LA EMISIÓN DE INFORMACIÓN LOCAL	79

6.15 LA PROMOCIÓN DE LA EDUCACIÓN	79
6.16 LA RECREACIÓN	80
6.17 DECRETO NÚMERO 1447, 30 DE AGOSTO DE 1995	80
6.18 COMO PARTICIPAN LOS SECTORES DE LA COMUNIDAD EN LA EMISORA	81
6.19 LA ORGANIZACIÓN DE LAS RADIOS COMUNITARIAS	83
6.20 RADIOS COMUNITARIAS Y GLOBALIZACIÓN EN LA COMUNICACIÓN	85
6.20.1 Como convertir la radio comunitaria en una empresa	89
6.20.1.1 Que debemos hacer?	90
6.20.2 Paralelo entre la emisora comunitaria y de interés público como medios alternativos a los medios masivos.	91
6.21 LOS (AS) REPORTEROS (AS)	92
6.22 EL TEJIDO SOCIAL	93
6.23 LA RED SOCIAL	95
7. PLAN DE ACCIÓN	97
7.1 FASES DE LA INVESTIGACIÓN ACCIÓN PARTICIPATIVA	98
7.1.1 Primera fase: Acercamiento a la comunidad	98
7.1.2 Segunda fase: Promoción y Difusión	98
7.1.3 Tercera fase	99
7.1.3.1 Ejecución	99
7.1.3.2 Ambientación	99
7.1.3.3 Actividades	99
7.1.3.4 Talleres	100
7.1.4 Cuarta fase	101
7.1.4.1 Evaluación	101
7.1.4.2 Resultados	102
8. MARCO LEGAL	104
CONCLUSIONES	115
BIBLIOGRAFÍA	117
ANEXOS	119

GLOSARIO

ACOPLAR. Unir entre sí dos piezas de modo que ajusten exactamente.

ANTROPOLOGÍA. Ciencia que comprendía, en su sentido más amplio, todos los conocimientos relativos al hombre y a la humanidad en general, aunque trata, de un modo más particular, de los orígenes de la especie humana.

AUTENTICO. Autorizado o legalizado, que hace fe pública.

AUTOGESTIÓN. Método de administración en la participación de todos.

AUTÓNOMA. IA estado de condición del pueblo que goza de entera independencia política.

CODIFICAR. Hacer o formar un cuerpo de leyes metódico y sistemático.

COHESIÓN. Acción y efecto de unirse o adherirse las cosas entre sí o la materia de que están formadas.

COLECTIVIZACIÓN. Conjunto de personas unidas o concertada colectividad para un fin.

CONTEXTOS. Orden de composición o tejido de ciertas obras, tejido de la narración.

CONTEXTUALIZAR. Como realizar.

CONVERGER. Dirigirse a un mismo punto.

DINÁMICA. Parte de la mecánica que trata de las leyes del movimiento en relación con las fuerzas que lo producen. Es una aplicación de tales principios del campo electromagnético en relación con las partículas atómicas.

ELECTROLITO. Relativo a la electrolisis.

ELECTROMAGNÉTICA. Parte de la física que estudia las acciones mutuas entre los campos eléctricos y magnéticos.

EMISOR. Aparato reproductor de ondas electromagnéticas.

ESPECTADOR. Que asiste a un espectáculo público.

EXTASIARNOS. Como desviar.

ÉXTASIS. Estado preternatural del alma, estado del alma enteramente por intenso sentimiento de admiración.

ESTRIBACIONES. Estribo, apoyo, fundamento.

EQUIDAD. Igualdad de animo, propensión a dejarse guiar para el seguimiento del deber.

FRECUENCIA. Sucesos número de ondulaciones de un movimiento vibratorio en la unidad de tiempo.

HERTZ. Unidad de frecuencia en el sistema internacional, es la frecuencia de un fenómeno periódico cuyos periodos es un segundo

HONDA CORTA. Onda hertziana cuya longitud de onda esta comprendida entre los diez y cincuenta metros.

LUMÍNICA. Relativo a la luz.

MAGNÉTICOS. Fuerza atractiva de un imán.

MARCONI. Telegrafía sin hilos.

ONDA ELECTROMAGNÉTICA. Onda producida por un campo eléctrico variable con el tiempo.

ONDA HERTZIANA. Onda electromagnética producida por un circuito oscilante que posee una longitud de onda mayor que 3×10^6 Anstrong.

ONDA SONORA. Onda longitudinal producida por la propagación de un sonido en un medio material.

PARÁMETRO. Nombre dado a los distintos elementos de una orbita.

PLANIFICAR. Fijar un programa que regule las actividades económicas de un sector de la producción o de toda la producción de un país.

POLIFACÉTICO. Que tiene varias facetas.

POPAR. (Alexandre), ingeniero ruso inventó la antena radioeléctrica, así como también el primer transmisor de ondas hertzianas.

PREINVERSIÓN. Acción de reinvertir.

PROLIFERACIÓN. Multiplicación de formas similares.

RADIOFÓNICA. Parte de la física que estudia los fenómenos sonoros – acústicos producidos por las ondas hertzianas.

RADIOTRANSMISOR. Aparato empleado en radiotelefonía para producir y enviar ondas portadoras de señales o de sonidos.

RED. Llamase en electrónica a aquella cuya onda de salida es la derivada respecto al tiempo de la forma de onda que entra.

REFRACCIÓN. Número de vibraciones ondas o ciclos por segundo de cualquier fenómeno periódico.

RETROALIMENTACIÓN. Suministrar, alimentos nuevamente, lo necesario para dar vigor.

SEMIÓTICA. Estudio de todos los signos que sirven para la comunicación.

SOCIOLOGÍA. Creado para designar la ciencia superior.

SOLFEGEAR. Contar mientras se lleva el compás y se pronuncian los nombres de las notas.

SOLIDARIDAD. Modo de derecho u obligación adhesión circunstancial o la causa de otros.

TÁCITAMENTE. De modo tácito, sin expresión o declaración formal.

TIPIFICADORA. Ajustar varias cosas

TRANSMISORES. Conjunto de aparatos que convierten las corrientes oscilantes en ondas electromagnéticas.

TRÍODO. Relativo al tubo termoiónico de tres electrodos muy importantes en aparatos electrónicos.

VOCALIZAR. Solfear sin nombrar las notas empleando solamente una de las vocales.

RESUMEN

El proyecto “Reporteros Comunitarios” es una propuesta enfocada desde la Comunicación Social, siguiendo el proceso metodológico de la investigación **I A P** (Investigación – Acción – Participativa) mediante el trabajo realizado con la comunidad de Acacías, con el ánimo de brindar los conocimientos respectivos sobre el manejo de los medios de comunicación. Alternativos que fueron creados con el propósito de darle cabida a las comunidades las que no se les ofrecía la oportunidad de dar a conocer las necesidades que se registran entre la población, y a la vez se les brinda la oportunidad, para que sean los mismos miembros de las diferentes comunidades quien orienten las emisoras comunitarias.

El objetivo del proyecto es el de capacitar lideres comunitarios, capaces de generar procesos de comunicación que conllevan al desarrollo y solución de las necesidades en la comunidad de Acacías a través del enlace entre Comunidad, Reporteros, la Radio Comunitaria de Acacías, el Gobierno Municipal, Institucionales y Organismos Pertinentes.

Durante el proceso metodológico se busco darle solución a la problemática planteada por la comunidad, capacitando a un grupo de líderes, con el fin de que sean ellos los que a través de este medio, generen procesos sociales en beneficio

de la comunidad y así lograr que la emisora comunitaria cumpla con su misión ya que este medio es un eje importante de enlace que contribuye a darle participación a los diferentes sectores comunitarios que no tienen voz en los medios de comunicación masivos.

Por ello se realizó un trabajo intenso de convocatoria, luego de un proceso de investigación en el Municipio de Acacías sobre la finalidad de su Radio comunitaria, se determinó que la comunidad desconocía totalmente la función para la cual fue creada, posteriormente se constituyó un equipo de líderes comunitarios que empezaron a generar procesos sociales de crecimiento, y a dar ejemplo a otros sectores para multiplicar la experiencia y de esta forma crear cultura, sobre el manejo de medios alternativos de comunicación como propuesta para el desarrollo de organización, autogestión y mejoramiento de la calidad de vida de una población.

ABSTRACT

The project "Community Reporters" it is a proposal focused from the Social Communication, following the methodological process of the investigation I TO P (Investigation–Action–Participativa) by means of the work carried out with the community of Acacías, with the spirit of offering the respective knowledge on the handling of the media. Alternative that they were created with the purpose of giving space to the communities those that were not offered the opportunity to give to know the necessities that register among the population, and at the same time they are offered the opportunity, so that they are the same members of the different communities who guide the community radio stations.

The objective of the project is the one of qualifying community leaders, able to generate communication processes that bear to the development and solution of the necessities in the community of Acacías through the connection among Community, Reporters, the Community Radio of Acacías, the Municipal, Institutional Government and Pertinent Organisms.

During the methodological process you looks for to give solution to the problem outlined by the community, qualifying to a group of leaders with the purpose of that

you/they are them those that through this means, generate social processes in benefit of the community and to achieve that the community radio station fulfills its mission since this means is this way an important axis of connection that he/she contributes to give participation to the different community sectors that don't have voice in the massive media.

For it one carries out an intense work of convocation, after an investigation process in the Municipality of Acacías about the purpose of their community Radio, it was determined that the community ignored the function totally later on for which was created, a team of community leaders it was constituted that began to generate social processes of growth, and to give example to other sectors to multiply the experience and this way to create culture, on the handling of alternative means of communication like proposal for the organization development, self-management and improvement of the quality of a population's life.

1. DESCRIPCIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El municipio de Acacías cuenta con una emisora comunitaria como medio alternativo de comunicación, la que debe generar procesos de comunicación, participación y solución a las necesidades de la comunidad acacireña, pero que por falta de conocimiento de sus habitantes en cuanto a los espacios de participación y acceso a este medio de comunicación, este no se cumpla con la misión y los objetivos por la cual fueron creados.

Una vez realizado el trabajo de investigación con los habitantes de este sector del Departamento del Meta, se pudo concluir que en Acacías la R C A (Radio Comunitaria de Acacías) no cumple con su función, y esta siendo manipulada por el Alcalde de turno, lo que impide que la comunidad tenga espacios necesarios, para dar a conocer las necesidades y los proyectos de organización y gestión, lo que hace que se le cierre toda posibilidad de participación a los diferentes líderes de la comunidad pues este medio alternativo de comunicación desde el punto de vista está más orientado a lo masivo que a lo comunitario.

De esta forma se puede concluir que el principio fundamental establecido en el Art. 20 de la Constitución Nacional que a su letra dice “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir

información veraz e imparcial y la de fundar medios masivos de comunicación, estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

Por ello con este proyecto se busca rescatar la esencia de las emisoras comunitarias y acompañar la organización de sectores sociales que se encarguen de generar procesos que permitan conocer los problemas y necesidades de la población, resaltar el desarrollo cultural y artístico, y buscar en conjunto soluciones, desarrollar gestión frente a las instituciones pertinentes y contribuir al desarrollo y crecimiento del municipio, entre otros.

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es posible que la comunidad se organice y genere procesos de crecimiento en favor de un cambio social que mejore la convivencia ciudadana, a través de las emisoras comunitarias?

2. JUSTIFICACIÓN

Hacer que los Reporteros Comunitarios participen de los diferentes medios de Comunicación Comunitarios, que nos otorgó la constitución de 1991 y que fue reglamentada en los Decretos 1695 de agosto 3 de 1994, el 1446 y el 1447 de agosto 30 de 1995, que dio carta abierta a la comunicación y al derecho de expresión que tienen todos los ciudadanos.

El Municipio de Acacías, cuenta con la R.C.A (Radio Comunitaria de Acacías), que funciona en la frecuencia de 88.8 FM. Este medio de comunicación salió al aire en el año de 1.998, con una potencia de 250 Mega Hertz.

La R.C.A está orientada directamente por la Asociación de Juntas de Acción Comunal del Municipio, quienes mediante reunión de sus dignatarios eligen al personal técnico, artístico, directivo y administrativo.

Aunque este medio fue creado para darle participación a la comunidad en general, aun no cumple con su objetivo, ya que su programación no está orientada hacia lo comunitario, ni mucho menos permite la participación de las gentes de los diferentes barrios y veredas del Municipio de Acacías.

Es por ello que nuestro proyecto **Formación de Reporteros para la Radio Comunitaria**, está enfocado a rescatar el perfil de la R.C.A, con la participación de los Reporteros Comunitarios, para que sean ellos los encargados de generar, y liderar procesos sociales, en la comunidad de Acacias fortaleciendo la convivencia ciudadana.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Formar Reporteros capaces de difundir y liderar procesos sociales en el Municipio de Acacías, a través de la Radio Comunitaria (R.C.A), contribuyendo en el desarrollo y crecimiento.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ◆ Incentivar a la comunidad Acacireña a vincularse al Proyecto Formación reporteros para Radio Comunitaria y así contribuir al desarrollo y bienestar de la comunidad en su Modus Vivendi.

- ◆ Integrar a la comunidad a través de talleres, practicas, seminarios y tutorías, con el fin de capacitar reporteros comunitarios que participen apoyando la labor social de la radio comunitaria.

- ◆ Crear una Red de Reporteros Comunitarios en la zona urbana y rural del Municipio de Acacías.

- ◆ Formar reporteros comunitarios capaces de difundir y liderar procesos sociales en el municipio de Acacías a través de la radio comunitaria.
- ◆ Evaluar los resultados obtenidos en los procesos sociales generados por los Reporteros a través de la Radio Comunitaria 88.8 F.M, a partir de la implementación de este proyecto.

4. HISTORIA DEPARTAMENTO DEL META

En el año de 1867 el Meta fue segregado de Cundinamarca y pasó a llamarse territorio nacional de San Martín, nombre que en 1906 cambió por el Meta. En 1909 fue declarado intendencia. A partir del 1o de julio de 1960 fue elevado a la categoría del Departamento. La región metense es la más desarrollada de la Orinoquia, su área cuenta con 85.635 Km², posee un 30% bajo bosque natural, el 70% del resto del territorio está dedicado a la actividad agropecuaria.

El Meta en la actualidad es el segundo productor nacional de arroz, el principal abastecedor de carne a Bogotá y uno de los primeros cultivadores de palma aceitera. Su industria comienza a consolidarse en el región. La actividad económica, después de la ganadería lo ocupan sus reservas de petróleo, carbón y sal.

El Meta cuenta con 29 Municipios. Villavicencio es su capital y Acacías la segunda ciudad del Departamento.

4.1 COLONIZACIÓN

Los Colonos vinieron de todo el país, especialmente en la época de la Colonia y la Independencia. Estos asentamientos ocurren por el auge de la explotación de la

quina, el caucho y por las políticas de inmigración hacia el Meta, al otorgar baldíos por concesión. El flujo migratorio proveniente de los Departamentos de cundinamarca, Boyacá, Tolima y Santanderes creció en forma acelerada, hasta el punto de adjudicarse en el Meta 214.579 hectáreas entre 1869 y 1927.

Con la Guerra de los Mil Días, disminuyó la ganadería y la tierra se llenó de perseguidos políticos y prófugos de cárceles. Uno de los generales que se sublevó contra el gobierno central fue Avelino Rosas, jefe de un contingente armado que recorrió el interior y oriente del país. Entre sus filas venía el médico botánico Pablo Emilio Riveros, fundador de Acacías.

5. MARCO SITUACIONAL

El Departamento del Meta está constituido por un territorio de 87.770 kilómetros cuadrados, en su mayoría terrenos planos y cálidos, ubicados en el pie de monte llanero. Solo una pequeña parte del territorio es quebrada, sobre el flanco oriental de la cordillera del mismo nombre.

Dentro de esta área de cordillera, piedemonte y sabana podemos ubicar íntegramente el Municipio de Acacías, destacando que éste el territorio quebrado es una parte pequeña y la mayor extensión corresponde al territorio de sabana.

El Municipio de Acacías se localiza sobre el piedemonte de la Cordillera Oriental, con un 35% de su territorio sobre la zona de montaña y un 65% en la parte plana de la llanura que forma parte del Departamento del Meta, en su mayor extensión.

5.1 GEOREFERENCIAS DE ACACIAS

El área del Municipio de Acacias se encuentra georeferenciada de la siguiente manera:

Latitud Norte : 3° 59'40"

Longitud : 73°46'36"

5.2 LIMITES MUNICIPALES

5.2.1 Norte y Oriente. Con el Municipio de Villavicencio, con lindero del río negro de por medio o parte alta del río denominado también Guayuriba.

5.2.3 Occidente. Por el norte con el Municipio de Quetame del Departamento de Cundinamarca y un sector del parque Sumapaz, sobre la cota de los 3.500 metros.

5.2.4 Oriente. Limita con el Municipio de San Carlos de Guaróa. Sobre el sur Oriente con el Municipio de Castilla la Nueva.

5.2.5 Sur. Limita con el Municipio de Guamal, cerrando nuevamente por el oriente con Cubarral y el Departamento de Cundinamarca.

5.3 FUNDACIÓN DE ACACIAS

El botánico y médico curandero PABLO EMILIO RIVEROS REINA, hombre culto, aventurero de ideas liberales, con amplia experiencia en medicina, tenían además grandes dotes de ingeniería.

Cuando se radicó definitivamente en estos agrestes parajes, soñó con la idea de fundar un pueblo.

Las autoridades del municipio de San Martín le encomendaron la tarea de diseñar, elaborar y ampliar el Camino Nacional, que comunicaba ésta ciudad con Villavicencio en vista del mal estado de la trocha. Riveros Reina, aprovechó la circunstancia, no sólo para hacer un nuevo trazado, sino que abrió algunas variantes hacia el lugar donde él aspiraba ubicar el poblado, conocido con el nombre del Playón.

El señor Juan Rozo Moreno, agricultor, de temperamento fuerte, honesto, trabajador, de tradición conservadora, quería que el futuro caserío quedara cerca de su finca, en la Esmeralda. Como no hubo entendimiento entre los dos, la situación produjo una verdadera discordia, hasta el punto de colocarse apodos entre las partes.

Los de la parte del Playón, defendida por el Dr. Pablo Emilio Riveros, llamaban a los de la Esmeralda de don Juan Rozo “Careperros” y los de la Esmeralda a los del Playón “Sutapelaos”.

Ante la necesidad de centrar alrededor de un sitio específico a los pobladores del nuevo caserío, fue nombrado en el año de 1919, el único Comisario de Policía, el señor Baldomero Calderón Jácome, quien se ocupó de demarcar el área de la población.

Desde comienzos de 1920, el señor Gregorio Jácome Calderón, sobrino del Comisario de Policía, fue designado como primer corregidor de Acacias, por el

Intendente Nacional del Meta, Jerónimo Mutis.

La creación de Acacías se oficializó el 07 de agosto de 1920, siendo su fundador Pablo Emilio Riveros Reina y su cofundador Juan Rozo Moreno.

Desde antes de la creación oficial, este lugar se conocía con el nombre de Acacías (con tilde), según investigaciones, el vocablo surgió en forma espontánea por algún grupo de jóvenes que estudiaban fuera de la población y que en época de vacaciones regresaban. En ese contacto con los demás amigos, les pareció más sonora y alegre la pronunciación de Acacías, los habitantes se acostumbraron a expresarlo de esa manera.

5.4 DIVISIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA DEL MUNICIPIO

El Municipio esta dividido en cinco (5) Inspecciones de Policía. San Isidro de Chichimene, Manzanares, Dinamarca, Loma de San Juan y San Cristóbal. Igualmente cuenta con cuarenta y ocho veredas :

Alto Acacías	El Centro
Alto Acaciítas	La Esmeralda
La Pradera	El Playón
Brisas del guayuriba	San José
Manzanares	La Florida
San Pablo	Loma de San Juan

Portachuelo	La Paloma
El Rosario	Loma del Pañuelo
San Cayetano	Sardinata
Caño Hondo	Sardinata Alta
San José de las Palomas	San Cristóbal
Dinamarca	El Resguardo
Monte Líbano	El Líbano
Santa Teresita	Laberinto
Las Margaritas	Rancho Grande
San Juanito	Fresco Valle
Patio Bonito	San Isidro de Chichimene
Santa Rosa	La Unión
La Primavera	El Triunfo
El Cable de Chichimene	Montebello
El Carmen	Cola de Pato
La Cecilita	San Nicolás
El Recreo Alto	Vista Hermosa
Las Blancas	

Colonia Penal de Oriente, junto con el Parque Sumapáz que tienen carácter especial y diferente a veredas.

5.5 EXTENSIÓN

La superficie total del Municipio es de 1169 kilómetros cuadrados aproximadamente, los cuales se distribuyen de la siguiente manera:

Area Urbana (perímetro urbano)	967.5642 has.
Area Rural	111.972.4458.
Total aproximado	112.940.0166.

Fuente: IGAC. Subdirección Nacional de Catastro.

5.5 TEMPERATURA

Las temperaturas medias corresponden a 24° C, con piso térmico tropical. En la parte de cordillera a un subtropical varía de 18 a 24° C. Para el área Urbana de Acacias la Temperatura máxima entre enero y abril es de 27°C.

5.6 ASPECTOS NATURALES Y AMBIENTALES DEL MUNICIPIO

Aunque el Municipio presenta su mayor altura en la cota de los 3.500 metros sobre el nivel del mar, presenta una gran variedad de pisos térmicos. La ciudad se halla por debajo de los 500 metros, a una altura promedio de 498 metros y en términos generales esta señala el inicio de los terrenos altos sobre la cordillera y marca el límite de la llanura de topografía plana.

Por encontrarse el Municipio en el piedemonte, presenta una gran variedad de pisos térmicos y altura sobre el nivel del mar que va desde 450 metros en el plan de Santa Rosa, El Triunfo y La Primavera, 490 en las veredas de Chichimene, La Esmeralda, 498 El Centro de la ciudad de Acacías, 522 metros las veredas de Sardinata, Las Margaritas y veredas aledañas, a 650 metros sobre el nivel del mar se encuentran Las Blancas, Fresco Valle y aledañas, sobre los 800 a 1000 metros y más se encuentran veredas como: Manzanares, Loma del Pañuelo, Loma de San Juan, y San Pablo.

5.7 ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DEL MUNICIPIO DE ACACIAS

Según el CENSO de población de 1993, realizado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE.

Acacías, poseía una población en su área urbana de 28.007 habitantes y en el área rural 7.039 habitantes, para un total de 35.046, con una tasa de crecimiento anual de 6.25 %. Según el DANE, Acacías en su casco urbano en el año 2.000, puede tener 40.260 habitantes y en el área rural unos 12.388, para un total de población en las dos áreas de 52.648l.

Esta información por ser de carácter oficial merece respeto. Pero teniendo encuentra el alto índice migratorio hacia los centros urbanos de personas desplazadas por la violencia y por la desactivación del Agro Colombiano, Acacías se ha convertido en un centro receptor de migrantes provenientes de todo el

territorio nacional que ven a la segunda ciudad del Departamento del Meta como un lugar ideal para comenzar una nueva vida en los sectores de la ganadería y la agricultura.

Acacias es una ciudad atractiva por su ubicación estratégica, frente a la proximidad con Villavicencio capital del Departamento del Meta y con Santafé de Bogotá D.C, como capital de la República.

En los últimos tiempos la apertura de la nueva autopista al llano ha facilitado su comunicación con la capital de la república, haciéndola más atractiva como eje regional del comercio.

Acacias hoy día cuenta con cincuenta y nueve barrios y fácilmente se nota su crecimiento acelerado, hacia los cuatro puntos cardinales. Esto hace pensar que la segunda ciudad del Departamento puede estar albergado unos ochenta mil habitantes, hablando en términos hipotéticos.

Se plantea la necesidad de realizar un censo poblacional a nivel local, abalado por el DANE, para poder proyectar el Municipio hacia estadísticas más certeras.

5.8 ASPECTO CULTURAL DEL MUNICIPIO DE ACACIAS

Expuesto anteriormente Acacias cuenta con una población aproximada de 35.000 habitantes en las zonas urbana y rural, la cual en su mayoría son jóvenes que se

encuentran adelantando sus estudios en los niveles de preescolar, Básica Primaria, educación media y superior creando en la comunidad Acacireña un nivel alto de escolaridad permitiendo así un crecimiento en el aspecto intelectual y cultural con nuevas y más posibilidad de desarrollo socio-económico y político para el Municipio.

A nivel de estudio superior se encuentra la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD la cual cuenta con diversas carreras como: psicología Social Comunitaria, Comunicación social Comunitaria, Administración de Empresas, Zootecnia, Ingeniería de Sistemas y adelanta post-grado en el ciclo profesional.

Cabe anotar que el Gobierno Municipal por intermedio del ICTA (Instituto de cultura y Turismo de Acacias) viene adelantando un programa denominado “Acacias Al Parque” el cual viene marcando un punto muy alto a nivel cultural, esto se realiza los domingos cada quince días en el parque central del Municipio, con el fin de motivar a la comunidad para que aproveche su tiempo libre asistiendo a las diversas actividades culturales.

5.9 ASPECTO SOCIO-POLÍTICO DE ACACIAS

Acacias es un Municipio que lleva en sus raíces el partido político conservador, pero debido a la emigración e inmigración de habitantes se han ido combinando los diferentes grupos políticos que existen actualmente en nuestro país.

Se encuentra organizado políticamente de la siguiente manera:

- Alcalde (Olegario Mancera Céspedes)
- Consejo Municipal
- Secretarías y subsecretarías de la Alcaldía
- Entes descentralizados (como: ICTA, IDA, y otros)
- Personería Municipal
- Juntas de Acción Comunal
- Vocales de control

Todos estos con la finalidad de contribuir en el desarrollo y la organización del Municipio.

5.10 ACACIAS HOY

Acacías ha venido vertiginosamente desde el mismo instante de su fundación, pero su verdadero auge comenzó desde la celebración del cincuentenario en 1970, cuando fue visitado por miles de turistas, que se encargaron de hablar bien de Acacías y de darlo a conocer en el ámbito nacional.

Hacen parte de la nueva Acacías, las modernas construcciones que se han levantado en varios sectores de la ciudad. Su perímetro urbano ha sido ampliado par darle paso a la gran avalancha de gentes que se ven en estas tierras emporio de prosperidad y riqueza.

Es sin lugar a dudas un destino turístico de Colombia, la ciudad es hoy un extenso núcleo urbano, con una importante actividad comercial y financiera,

5.10.1 El Parque Principal. Se comenzó a construir en 1934. Es un lugar apacible, acogedor, de árboles frondosos que inspira tranquilidad y descanso.

5.10.2 La Iglesia Catedral Nuestra Señora del Carmen. Su construcción se inició en 1936, consagrada e inaugurada a finales de 1945. S uno de los templos dignos de admirar, auténtica joya del arte religiosa y patrimonio de los acacireños.

5.10.3 El Malecon Turístico: Es un sitio espectacular en proceso de construcción, donde el visitante puede disfrutar de las aguas azules y transparentes y de la belleza de un lugar campestre a sólo 800 metros del parque principal.

5.10.4 Clubes, Balnearios y Estaderos: No sólo de hermosos paisajes y bellos lugares está lleno Acacías, también de sitios par el descanso y veraneo: Vaqueros Club, Club Codesola, Balnearios el Retorno, Balnearios La Chorrera, Represa Cruce de San José, Restaurante y Estadero Corral de Piedra.

5.10.5 Rios Bosques Y Caños: Acacías ofrece a los turistas la cálida hospitalidad de sus habitantes, una estadía plena de agradables experiencias en los rios, bosques de galería y en los caños que bordean la ciudad.

5.10.6 Agroturismo. Una de las atracciones fascinantes para el viajero, es el paseo para observar y admirar la belleza del medio natural que le ofrecen las fincas a la orilla de las carreteras en excelente estado, pavimentadas recientemente por la administración municipal: Balneario El Retorno, Villa Tati, Villa Juliana, Azulejos, Camelias, Balneario Araguaney, Edén Llanero y finca Caney, que ofrece programas de turismo ecológico, alojamiento, servicio de bar, restaurante, piscina, pesca, lago y caños de aguas cristalinas.

5.11 POBLACIÓN DESDE SU FUNDACIÓN

AÑO	1920	1930	1940	1947	1951	1985	1993	2000
TOTAL	1.400	4.500	7.500	10.000	13.490	26.144	34.415	47.000

5.12 RELIEVE

Su composición topográfica está conformada por terrenos planos en extensión aproximada del 61.4% y territorio con pendientes el 38.6%. La región ondulada está comprendida en las estribaciones de la cordillera oriental, en límites del departamento del Meta. Los suelos son aptos para la agricultura y la ganadería, ubicados en el grupo de los arcilloarenosos con niveles de P.H de 5.5. clasificados como ácidos.

5.13 RÍOS

Al Municipio de Acacías, lo bañan importantes ríos: Guayuriba, Sardinata, Orotoy, Acacías. Acaciítas entre otros; caños: Cola de Pato, La Unión, La Chiripa, Chichimene, La Danta, La Argentina y Las Blancas.

5.14 SENTIDO DE PERTENENCIA

5.14.1 Insignias de Acacias

5.14.1.1 El Himno. Adoptado mediante Decreto No 105 de julio de 1991, Autor y compositor: Lauro López Acevedo.

I

A los vientos su insignia bandera
Es emblema de la dignidad
Y su escudo presente y futuro
Blasón de riqueza
Y folclor nacional.

II

Por sus pampas y su cordillera
De acuerelas
Matiza su faz
El paisaje se torna en poema
Un canto a la vida
Y a la libertad

CORO

Bajo el manto azul de los cielos
germinó plena de eximia bondad
la semilla por nobles pioneros
prodigaba en surco feraz.
Y la tierra por Dios Bendecida
Florece Acacías
Un pueblo de paz.

III

Acacías la perla llanera
La más bella
y pujante ciudad
Capital de la industria arrocera
de puertas abiertas
amable y cordial.

IV

El clarín victorioso resuena
Al compás
Del redoble triunfal
Cual pregón de la raza que lleva
Sangre acacireña
Con fe y lealtad.

5.14.1.2 Bandera. Adoptada en el año de 1970 por la Junta Organizadora del Cincuenta. Nació de Acacías, mediante concurso, patrocinado por la oficina de extensión Cultural del departamento del meta. Consta de tres franjas horizontales de igual medida: en la parte superior el color amarillo, que simboliza la producción y riqueza de nuestro arroz En la región. El color blanco en la parte media, Representa la transparencia, integridad, pureza, inocencia, obediencia, vigilancia, respeto, y convivencia pacífica. En la parte inferior el color verde, Representa la majestuosidad y fertilidad de sus tierras, ricas en especies vegetales y animales.

5.14.1.3 Escudo. Creado y diseñado por el pintor y folclorista Acacireño Manuel Antonio Blanco Romero, como escudo de la Academia Folclórica de Acacias. Posteriormente fue símbolo de la Corporación de Turismo y adoptada como Insignia del municipio de Acacias, mediante Acuerdo No. 23 de 1983.

6. MARCO TEÓRICO

6.1 LA COMUNIDAD

Pueden encontrarse varias respuestas por ejemplo: comunidad es la reunión de intereses individuales que encuentran identidades colectivas con relación a un hábitat común.

Se define también como una constitución histórica y dinámica por medio de la cual los individuos desarrollan sentidos de pertenencia que sirven de marco general para considerar y resolver conflictos.

Otra definición podría ser' "Comunidad es la reunión de los habitantes de un municipio o región, representados en organizaciones democráticamente elegidas para que gestione soluciones a las necesidades sentidas de los asociados" .

El concepto de Comunidad es eminentemente contextual, abarca a una población concreta que se observa a sí misma, se identifica y produce imágenes de sí y del entorno, que interpreta su lugar en contexto. Una comunidad está constituida por redes familiares, grupos, instituciones e individuos.

A través de toda la historia del país, los pobladores han dado muestra de una gran vocación para la organización comunitaria. Desde la época precolombina, en la que nuestros indígenas, con sus expresiones solidarias y de trabajo comunal, defendían su cultura; en la época de la independencia, se presentó un verdadero movimiento social y político en pro de un objetivo; hasta llegar a la época actual en donde los ciudadanos promuevan procesos de participación, cooperativización y colectivización como una forma para rescatar su identidad cultural y social, mejorando sus condiciones de vida.

Hoy la participación emerge como una fuente de transformación del Estado y la sociedad hacia nuevos horizontes de equidad, pluralismo, solidaridad, e integración nacional. En estas condiciones de Participación, la comunidad entra a representar un papel importante en el rumbo administrativo y político de su municipio.

Las comunidades deben rescatar, formalizar, modernizar e institucionalizar los sentimientos de pertenencia e identidad de su territorio, y de esta manera encontrar un camino sin tropiezos para su consolidación política, social y económica.

Estamos viviendo un regreso a la territorialidad, así las comunidades urbanas y rurales, antes de crear simples asentamientos deben apropiarse de sus elementos históricos, sociológicos y antropológicos para que se produzca el sentido de

pertenencia y la autenticidad que se requieren para trascender en la vida productiva del país.

Actualmente en el mundo se está dando la necesidad de los individuos de pertenecer a una comunidad más pequeña, ante la impotencia de los gobiernos para satisfacer las necesidades básicas de éstos, lo pequeño es hermoso y la religión, hoy, prueba ser la unidad óptima para la administración de desarrollo económico.

Otra razón que sustenta la necesidad del regreso a la regionalización para alcanzar el desarrollo social y político es el crecimiento acelerado de la población, la cual demanda servicios, multiplica los problemas de calidad de vida y aumenta las demandas del bienestar social de sus ocupantes.

Una comunidad que ha logrado su autogestión social y política, es una organización con una expresión verdaderamente representativa y organizada que surge de la voluntad colectiva para la defensa de sus planteamientos.

Aspecto importante de la autogestión es el aumento de la capacidad de diálogo con el sector público y privado, se concilia una realidad socioeconómica que une a la comunidad con su área de influencia surgiendo de esta manera el municipio o localidad como una unidad de Gestión Autónoma.

Existen muchos casos que pueden representar todo lo dicho respecto a la gestión cultural, política y social que deben alcanzar una comunidad y, por tanto, de su municipio.

Prueba de esto es el gran número de líderes comunitarios que han llegado a la alcaldía de sus municipios promovidos por la comunidad convertida en un verdadero movimiento cívico buscando nuevos horizontes de equidad, pluralismo, solidaridad e integración social.

Frente a estos hechos, la vida social de una comunidad debe fortalecerse alejando la actitud violenta que alimenta nuestro carácter guerrero, alejando el negativismo que nos sume en la pobreza desterrando las conductas intolerables que nos marginan; hay que dar bienvenida a la sensibilidad, a la pluralidad, a la singularidad, a las divergencias, a la cordura, al espíritu de crecimiento, a la dependencia afectiva; debemos darnos la oportunidad de extasiarnos en las vivencias y la gratitud a la existencia.

6.2 COMUNICACIÓN “Necesidad vital del hombre”

Si partimos del postulado que todo fenómeno cultural es un acto de comunicación, es importante que entendamos el fenómeno comunicativo en su estructura elemental mínima o sea el simple paso de la información entre dos aparatos mecánicos; por ejemplo la información que funciona en un automóvil cuando al elevarse la temperatura, se prende la luz del tablero para indicar el peligro. El

conductor interpreta el código la luz roja indica que la temperatura ha pasado el punto normal, el sistema de refrigeración del carro por medio del radiador esta funcionando mal y por lo tanto se debe detener y encontrar la causa del calentamiento o de lo contrario se pueden presentar serios problemas como fundirse el motor, incendiarse, etc.

La estructura de la comunicación, desde luego en comunicación es muy compleja como la estética, la altamente convencional, la semiótica métrica y muchas otras, no se pueden reducir al paso de información de una maquina a otra, porque los niveles de complejidad, los códigos, el sentido; harán de estos fenómenos situaciones culturalmente muy complejas, pero indudablemente se podrán explicar como fenómenos comunicativos.

6.2.1 Clases de comunicación. Existen varias formas de comunicación entre los seres humanos.

- ❖ Comunicación Auditiva.
- ❖ Comunicación cinética .
- ❖ Comunicación olfativa .
- ❖ Comunicación gestual.
- ❖ Comunicación visual.
- ❖ Comunicación oral.
- ❖ Comunicación altamente convencional.
- ❖ Comunicación retórica

- ❖ Comunicación escrita.
- ❖ Comunicación connotativa.
- ❖ Comunicación de estética.

6.2.2 Factores de la Comunicación. Los procesos comunicativos ilustrados en la jornada del profesor Méndez. nos evidencia que la comunicación es un proceso que se desarrollo a través de diferentes factores que analizaremos a continuación:

6.2.1 Emisor o fuente. También denominado codificador. La función del emisor es seleccionar en el área de un código, ciertas señales que se alteran la emisión del mensaje en el proceso de transmisión recepción o interpretación.

6.2.2 Señal. Energía transmitida desde un sistema físico a otro en el proceso de información; también hecho que provoca una respuesta por ejemplo las luces del semáforo.

6.2.3 Receptor. Quien recibe y decodifica el mensaje a través de un medio y que es sinónimo de lector, oyente, espectador, televidente, según el medio o la competencia comunicativa.

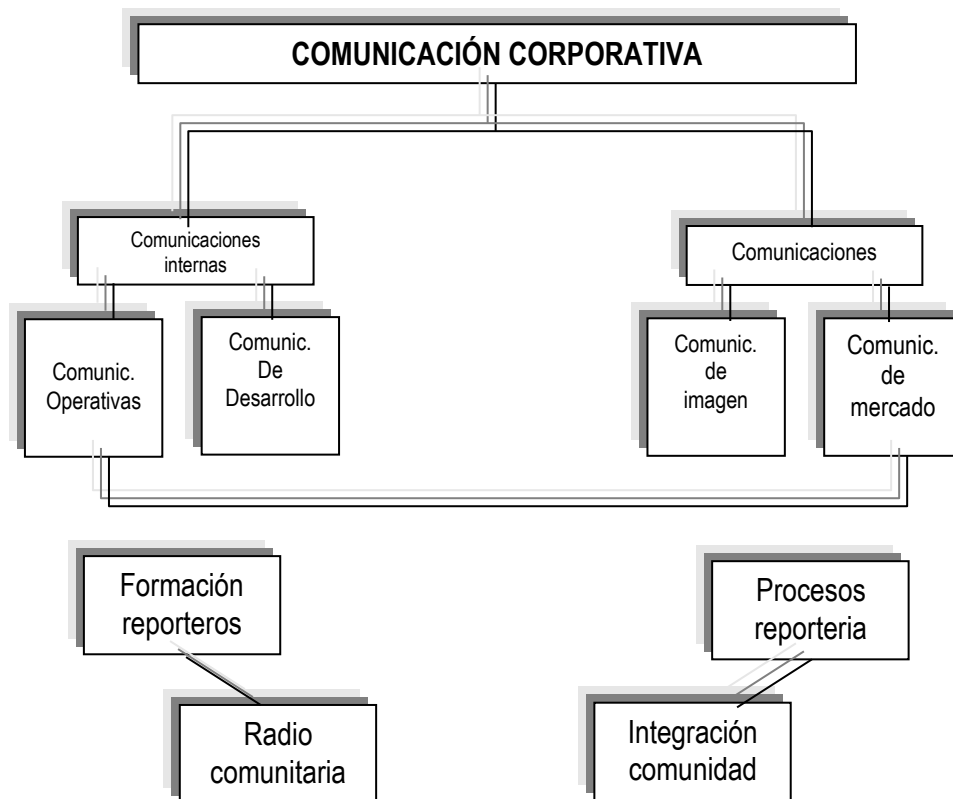
6.3 COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Es una especialidad de la comunicación que se ocupa de la coordinación, ejecución, proyección y control del flujo de los mensajes al interior y al exterior de

una comunidad cuyo objeto social es una idea, producto y servicio para todos.

Este flujo comunicativo debe ser administrado como cualquier proceso que se genere dentro de una organización comunitaria, es susceptible de ser modificado y su principal característica es la agilidad y veracidad de la información que maneja. Por su extensión y complejidad, la comunicación corporativa maneja alternativamente dos ramas:

- ❖ Comunicación interna
- ❖ Comunicación externa



6.3.1 Proyección de la Comunicación Corporativa para la Comunidad

La comunicación corporativa se convierte en una herramienta fundamental para la consecución de objetivos a corto, mediano y largo plazo, para y desde el grupo humano que los proyecta.

Comunicar el arte de transmitir información, ideas y sentimientos de una persona a otra es la base de la proyección del hombre en la sociedad, es una necesidad para la ubicación y realización del individuo.

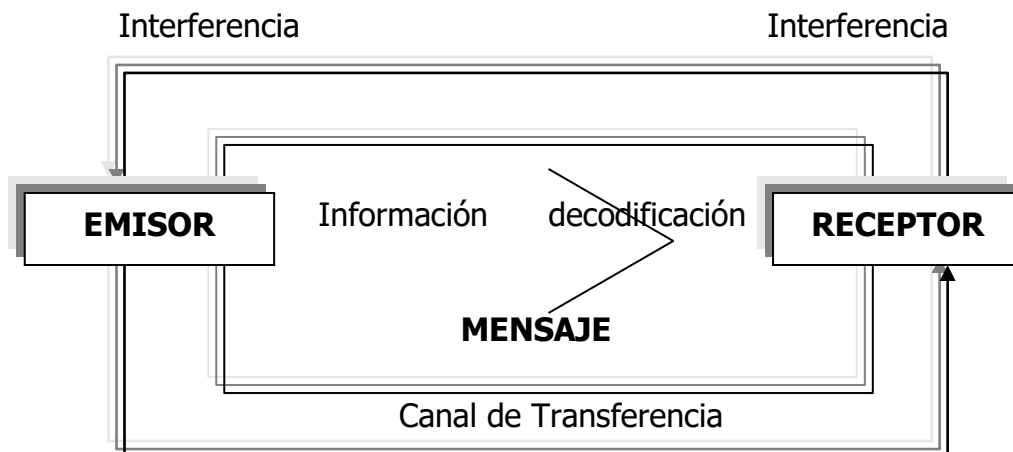
La comunicación es polifacética, no funciona exclusivamente entre una persona y otra; el mensaje debe adquirir importancia, es necesario construirlo de tal forma que este dirigido a varias personas. Para lograr este objetivo existen los medios de comunicación masivos y comunitarios, los cuales hacen más fácil la emisión de mensajes con un alcance social y global.

El manejo de la estrategia social, la cultura comunitaria y la motivación son algunos de los elementos que el líder de la comunidad debe manejar para lograr resultados. La comunicación se convierte en una herramienta para la consecución de logros y meta a nivel interno y externo de un colectivo.

6.4 LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA COMUNIDAD

La Comunicación se encuentra implícita dentro de todos los procesos de una comunidad ,esto se hace mas importante cuando se refiere al liderazgo de una comunidad, la toma de decisiones, la coordinación, ejecución y control de nuevos programas; todos procesos internos, todos referentes a la comunicación interna.

En la organización comunitaria como en cualquier empresa el proceso de comunicación se realiza en cada instante desarrollando paso a paso las fases que se ilustran a continuación.:



La comunicación es cíclica, del emisor al receptor, se dan una serie de interferencia, ruidos, que pueden tanto de enriquecer como de disminuir el contenido de la comunicación; dentro de toda comunidad existen distintos actores, mensajes, medios, lo cual exige un decodificador, es decir un sujeto actuante, que comprenda el mensaje y haga participes a los demás del mismo.

6.5 DISEÑO DE UNA ORGANIZACIÓN COMUNITARIA

Los individuos se fortalecen asociándose, de esta manera aclaran sus intereses y se proyectan hacia la realización de sus aspiraciones solidariamente. Es así, que cuando una persona decide hacer parte de un grupo para unir esfuerzos y superar una a una las metas programadas, la sociedad esta en la obligación de fortalecerla, protegerla y reconocerla decididamente.

La sociedad reconoce dos esfuerzos comunitarios, cuando estos son realmente sobresalientes, y responden de forma autónoma a sus finalidades, alcanzando los objetivos propuestos a corto, mediano y largo plazo. La libertad de asociación esta sujeta a los valores de las personas y las comunidades.

Las organizaciones comunitarias cuyo objetivo sea la colaboración y el apoyo mutuo, involucrando con ello el mejoramiento de las condiciones de vida, se convierte en un verdadero y útil recurso en las zonas mas reprimidas y apartadas.

Las personas se unen para cumplir un objetivo en la comunidad el que hace quien, cuando y porque causa, son las preguntas que el diseño organizacional de una comunidad resuelve: para dar características particulares a cada estructura. Es así como el diseño organizacional tiene que ver con cuatro elementos:

- ❖ El entorno de la organización
- ❖ La dinámica de la organización
- ❖ La fortaleza de las estructuras comunicacionales de la organización. La toma de decisiones resultantes del entorno, la dinámica, y la fortaleza de las estructuras comunicacionales.

6.6 MANEJO DE LA COMUNICACIÓN VERBAL, ESCRITA Y GRUPAL DENTRO DE UNA COMUNIDAD

La comunicación, manifestación del ser humano por excelencia" tiene muchas posibilidades, herramientas para su expresión a través de las cuales el hombre deja huella por el mundo.

En este proyecto Formación de Reporteros para radio comunitaria, se tienen en cuenta diversas formas de comunicación entre las cuajes tenemos la verbal, escrita y grupal, de tal manera que los miembros de la comunidad; hombres y mujeres expresen sus inquietudes ya sean positivas o negativas frente a un hecho. El manejo del dialogo de saberes entre reporteros y coordinadores muestra

La participación de ellos, porque proponen sus propias ideas, y ayudan a la toma de decisiones del grupo.

6.6.1 Verbal. El ser humano espera de sus semejantes algún tipo de comunicación, generalmente es la comunicación verbal la que primero se desarrolla entre las personas, quien habla se encuentra con relaciones de reciprocidad con quien escucha, son muchas las formas en las que se desarrolla el contacto al comunicarse verbalmente, la mirada, la gesticulación, la posición del cuerpo, y hasta el calor humano se intercambia en una comunicación de este tipo. Podemos decir entonces que una persona, un emisor debería cultivar ciertas cualidades tanto físicas intelectuales y morales, que le permitirán al fin la forma de expresarse claramente:

6.6.1.1 Cualidades Físicas. Facultades sensoriales que cualquier ser humano en condiciones normales deberá poseer, salvo en caso de naturaleza insalvable como la mudez.

6.6.1.2 Cualidades Intelectuales. Poseer inteligencia media y sentido común, percibir interpretar, analizar , contextualizar; es decir, encontrar dentro de si mismo la posibilidad de dar habilidad a aquello que le es propio y a su condición de ser humano.

6.6.1.3 Cualidades Morales. La ética el virtuosismo y el respeto son características que todos los miembros de una comunidad poseen, pero que

deberá por lo menos distinguir y converger para ser convincentes, pues aquel que habla sin creer en sus palabras no podrá ser oído por nadie.

6.6.2 Escrita. Las ideas y el pensamiento son rectores de las palabras, según la importancia de la idea se escogerá la forma de expresarla, con propósito, cohesión, claridad y racionalidad; es por ello, que sin una estructura la comunicación escrita no sería mas que una secuencia de letras sin espíritu y sin vida.

6.6.3 Grupal. La discusión en grupos se define como un intercambio mutuo de ideas para lograr unanimidad; mediante la charla la conversación y la reunión llega fácilmente a un resultado común, en el cual se transmite información vital, la cual se obtiene de miembros motivados que son orientados a dirigir o encausar la acción expresada del consenso.

6.7 LIDERAZGO Y PARTICIPACIÓN

Algunas personas consideran que el liderazgo es algo misterioso, un carisma que algunas personas tienen y otras no. Pero también se pueden desarrollar como una habilidad que muchas pueden desarrollar si están dispuestas a tomar el tiempo para:

- Observar lo que sucede en los grupos de la comunidad.
- Identificar claramente las necesidades de la comunidad.

- Aprender la manera de responder a estas necesidades y poner en practica lo que han aprendido en las diferentes situaciones que se han afrontado.
- Escuchar las criticas que hacen los miembros de la comunidad, frente al comportamiento de un líder.
- Realizar cambios en su conducta para que los miembros de la comunidad respondan en forma positiva o negativa frente a un hecho.

Es importante tener en cuenta la sensibilidad, humildad y amor para desarrollar las habilidades de un líder comunitario.

6.7.1 Confianza y diálogo en grupos. El dialogo comienza, cuando se genera confianza para crear espacios entre los diferentes lideres de la comunidad, con lo que se logra el rompimiento del hielo que existe entre uno u otro de sus miembros.

La participación de la comunidad en construir su vida y en escribir su propia historia, implica que necesita relatar sus propias vivencias para que se ha realmente importante.

La proclamación de información no debe confundirse con la participación. Las reuniones en masa, donde se difunde opiniones sobre una nueva legislación, políticas gubernamentales, no es lo mismo que la participación popular. Es cierto que es una forma de difusión más personal que la radio o la televisión, pero no se debe confundir con la participación.

La participación implica dialogo. El dialogo significa que las personas comparten sus propias percepciones de un problema, que proponen sus propias opiniones e ideas, y que tienen la oportunidad de tomar decisiones y hacer recomendaciones.

Los problemas de una comunidad son a menudo complejos y ningún experto tiene todas las respuestas, por otra parte nadie es totalmente ignorante. Cada persona tiene percepciones diferentes basadas en su propia experiencia. Para poder descubrir soluciones validas, todos necesitamos, a la vez alumno y maestro, es un proceso de enseñanza mutua.

6.7.2 Presentaciones en grupo. La mayoría de nosotros somos algo inseguros de nosotros mismos especialmente en grupos de personas que no conocemos. Para llegar a conocer rápidamente a los demás, las integrantes de un grupo necesitan de cierta ayuda, acudiendo a sus propios medios, la mayoría de las personas tenderán a relacionarse con los participantes que ya conocen, esto nos deja entrever que la adaptación de los reporteros que ingresaron este año se acloparon fácilmente al Proyecto Formación Reporteros para Radio Comunitaria y se dejaron nivelar de acuerdo con el grupo anterior en la parte teórica como practica.

6.8 HACIA UNA DEFINICIÓN DE LO ALTERNATIVO EN COMUNICACIÓN

6.8.1 Lo alternativo y lo participativo: dos términos en construcción. En ciencias sociales, como en todos los esfuerzos humanos por comprender y explicar el mundo, se forjan conceptos y definiciones a través de los cuales se proponen modos de ver, de concebir la realidad, que se instauran socialmente, hasta constituirse en paradigmas, modelos a partir de los cuales se generan acciones, se proponen explicaciones y se fundamentan comportamientos a nivel social e individual.

Los términos alternativo y participación hacen parte, de un amplio proceso de producción conceptual, que desde distintas disciplinas, paradigmas teóricos y políticos, han propuesto una definición de dichos conceptos acorde con sus maneras particulares de entender y concebir la realidad. Definiciones que en la mayoría de los casos se plantean en forma excluyente con relación a las otras y que desde sus propios contextos han tratado de imponer su mirada sobre las demás.

El término alternativo aplicado a la comunicación tiene sus antecedentes en mayo de 1968 con toda la reacción estudiantil en contra del informacionismo y el énfasis en la vuelta a orígenes, explicitado mediante la producción de materiales de divulgación y propaganda a través de medios alternativos como el graffiti, la pancarta, entre otros.

Sin embargo, los antecedentes de lo alternativo, también se encuentran en los movimientos artísticos que a principio de siglo se plantearon en la vanguardia, como una ruptura al modelo de sociedad (tecnocrática y racional) y de cultura occidental: Dadaísmo y Surrealismo, entre otros, fueron los principales movimientos de la época.

Por su parte, lo participativo se ha mantenido mas bien en un mismo ámbito, lo político, dejando en un segundo lugar su uso en otras disciplinas teóricas y sociales.

6.8.1.1 Lo alternativo en comunicación. Desde la práctica lo alternativo en comunicación" se ha planteado en la búsqueda de modelos distintos a los que operan en el campo hegemónico de los mas medía en una sociedad industrial y tecnológicamente avanzada': En este sentido, lo alternativo siempre se ha formulado como una opción entre una cosa y otra, afirma Armando Cassigliari. Se trataría de algo distinto del "común" del. "sistema oficial" "normal" de las clases dominantes, del gobierno o Estado.

6.8.1.2 Lo alternativo respecto al medio. El enfoque alternativo sobre los medios se sitúa al interior de los debates sobre las tecnologías de comunicación, sus efectos y alcances a nivel social, político y cultural.

No obstante ya pesar que la mayoría de las prácticas que se autodefinen como alternativas se han colocado en una posición contraria a la existencia de grandes

tecnologías y medios de comunicación, lo cierto es que de alguna manera todos aquellos planteamientos que reivindican la defensa de emisoras, canales de televisión comunitarios, parten en el fondo de una premisa: relevancia del medio sobre los demás elementos del proceso comunicativo.

Desde este punto de vista, no es muy lejana la relación que se puede establecer entre los presupuestos McLuhianos de "el medio es el mensaje" y la actitud asumida por muchos promotores de emisoras, videos y televisiones comunitarias, que se autoproclaman alternativas, fundamentados solo en la independencia de los propietarios, sin tener en cuenta el contenido, formas y relaciones de producción que se establecen y sobre todo, los resultados del trabajo que se obtienen.

Esta reflexión en el momento actual es de gran vigencia en nuestro país. Hoy existe en Colombia una gran expectativa en torno a la proliferación de canales de televisión a nivel comunitario y por las relativas facilidades que ofrece la Ley, para fundar medios de comunicación (Artículo 20 de la Constitución del 91, Ley de radios comunitarias, Ley de Televisión). Pues lo que ha demostrado la experiencia es que muchos grupos que promueven dichas iniciativas, consideran que sólo con la tenencia del medio, el tipo de comunicación que realizan es de carácter alternativo y comunitario, por lo cual poco se preocupan por examinar la calidad de sus productos y la forma de organización que han establecido para realizarla.

Quizás el riesgo más grande para este tipo de iniciativas se puede plantear desde dos perspectivas, la primera que se desprende de la fascinación que el medio puede despertar a los emisores, quienes terminan viendo la radio o la televisión como un juguete, para su propia diversión y la de sus vecinos. La segunda, con la dificultad que tienen estos medios de competir con los grandes monopolios de los medios masivos, no sólo del contexto político y social en que fueron construidos, sino inclusive desapropiándolos de sus iniciativas discursivas.

6.9 LA RADIO

Se ha denominado radio al sistema de comunicación ya los aparatos que se emplean en el mismo. La comunicación por medio de este sistema se efectúa usando ondas de radio, es decir ondas electromagnéticas de longitud superior al milímetro, como medio de conexión entre dos o más estaciones.

Un sistema de radiocomunicación se compone de los siguientes factores:

- ❖ Una estación transmisora que genera una corriente alterna con una determinada frecuencia (onda o frecuencia portadora), la modula (cambia una o varias de sus características: amplitud, frecuencia, fase, e.tc..) en función de la información que se desea transmitir.

- ❖ Antena para emitir en el espacio la onda modulada.

- ❖ Una o varias estaciones receptoras se encargan de captar la onda ampliaría y detectaría, es decir de extraer de la onda modulada la información que transforma.

James Clerck Maxwell en su teoría electromagnética desarrolla entre 1.867 y 1.873. Previo teóricamente la existencia de las ondas electromagnéticas y su modo de propagación en el espacio, pero Hertz fue el primero que consiguió en (1.887) producir en un laboratorio ondas de radio y revelar su presencia, por tal motivo se le llaman también ondas hertzianas.

Las investigaciones de Hertz se dirigieron al estudio de las propiedades de tales ondas (reflexión, refracción, etc.) después de Hertz muchos investigadores prosiguieron los estudios a fin de utilizarlas para fines prácticos.

Se crearon generadores de radio, cada vez más eficaces, pero hasta la invención del tríodo por Lee Forest (1907) no hubo la posibilidad de generar ondas sostenidas de cualquier frecuencia y de suficiente potencia.

Los primeros aparatos usados por Popov para la detección de descargas eléctricas atmosféricas (las cuales radian ondas electromagnéticas de potencia apreciable) constaban de una antena y un circuito formado por el cohesor, una batería y una campanilla. El mismo aparato usado por Popov con la adición de un circuito resonante sirvió para detectar las ondas de radio producidas por

radiotransmisores. Más tarde se experimentaron detectores de mayor sensibilidad, como los magnéticos, los electrolíticos y los de cristal.

La primera transmisión radiofónica de carácter público se efectuó en Mayo de 1.920 cuando la estación de Marco ni Wiereles en Chelmsford (Gran Bretaña) estableció un plan de ensayo, dos programas de música y de información en el mismo año.

6.9.1 Ventajas de la Radio. La radio cuenta con tres ventajas fundamentales que son:

- ❖ El oyente tiene la ventaja de no interrumpir sus labores cotidianas.
- ❖ Su ubicación es fácil en cualquier lugar del mundo.
- ❖ Su difusión se puede hacer a bajo costo.

6.9.2 Características generales de la radio

- ❖ La radio es un medio de comunicación exclusivamente sonoro.
- ❖ La radio es inmediata, ágil, rápida y fugaz.
- ❖ Emoción más que racionalidad.
- ❖ La radio no ata, nos deja libres para escucharla.
- ❖ Mensajes de una sola vía.
- ❖ La radio brinda confiabilidad, credibilidad y legitimidad.
- ❖ Las ondas de la radio llegan a todo el mundo

6.9.3 Las funciones de la radio. Desde que lo determinó la BBC de Londres, se admitió en forma general que la radio: Informa, educa, divierte.

La vigencia de esta información puede comprobarse repasando la lista de contenidos: todos pueden incluirse en alguna de estas tres funciones. Sin embargo, estas funciones no están repartidas equilibradamente.

Gran parte de los contenidos se insertan en la información y la diversión. Es poco lo que la radio hace por la educación y la cultura como respuesta sistemática y permanente.

En 1970, la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) estableció este orden de importancia para las funciones radiofónicas:

1. Información, con el reconocimiento de libertad de emisión y recepción.
2. Educación y Cultura, procurando la difusión de conocimientos útiles.
3. Desarrollo, participando del progreso y la modernización.
4. Movilización política y social, con intervención en la construcción nacional.
5. Entretenimiento y recreación.
6. Publicidad y Anuncios .

6.9.4 Contenidos periodísticos de la radio. Al atender los contenidos radiofónicos, seguramente se habrán reconocido ciertas formas de carácter periodístico. Entre ellos se encuentran:

- ❖ Boletines
- ❖ Reportajes
- ❖ Comentarios
- ❖ Relatos deportivos
- ❖ Informes de unidades móviles
- ❖ Crítica de espectáculos.

Algunos para ser difundidos, requieren la redacción previa. Otros no necesitan ajustarse a un texto.

Los formatos o géneros que necesitan de la escritura son los siguientes:

- ❖ Flash
- ❖ Boletín
- ❖ Panorama

6.9.4.1 Flash. Es un relámpago, tiene las características del relámpago: imprevisto, breve y rotundo. No tiene un horario fijo porque informa sobre un acontecimiento inesperado y urgente. Debe ser breve porque no transmite toda la

información sino el núcleo conciso. La importancia del flash tiene que justificar la interrupción del programa que está en el aire.

6.9.4.2 Boletín. Es un conjunto de noticias que se difunden en horarios determinados, generalmente en las horas y las medias horas. Los boletines actualizan la información al incorporar en cada edición las novedades registradas desde la emisión anterior. En general, los boletines comienzan y finalizan con los datos del tiempo.

6.9.4.3 Panorama. Reúne mayor cantidad de información. Puede durar entre diez minutos y una hora. Se emiten en horarios determinados que establecen etapas del día apropiados para ordenar y evaluar los noticias: madrugada, mediodía, atardecer. Comúnmente, el panorama comienza y finaliza con la lectura de los principales títulos.

6.9.5 La entrevista o reportaje de Radio. Los componentes básicos de la entrevista radiofónica son similares a los de la entrevista para medios gráficos: el reportero realiza un interrogatorio a una persona que posee información que interesa difundir. La entrevista de radio capta y comunica las voces del periodista y del entrevistado. Esto crea un vínculo especial con los oyentes, imposible de establecer mediante el texto escrito. Además, el mensaje se enriquece con las connotaciones propias del mensaje modal que expresa la voz humana.

Según la técnica que se aplique, hay diversos tipos de entrevista:

1. Indirecta
2. Directa en vivo
3. Directa grabada

6.9.5.1 La entrevista indirecta. Es la menos radiofónica y, si no se la transmitiera por radio, podría confundirse con un reportaje indirecto para diario, preparado con un lenguaje adaptado para la radio. El reportero "cuenta" las respuestas que dio el entrevistado, cuya voz no aparece. Este tipo no es muy usual. Se emplea en circunstancias particulares.

6.9.5.2 La entrevista directa. Difunde las declaraciones del entrevistado con su propia voz. Existen diferentes clases:

6.9.5.2.1 En vivo presencial: periodista y entrevistado están juntos y el reportaje se emite en el mismo momento de la entrevista. Generalmente, se realiza en el estudio de la radio, aunque no es obligatorio.

6.9.5.2.2 En vivo no presencial: periodista y entrevistado están en sitios diferentes. El reportaje telefónico y el que se realiza a través de un móvil pertenecen a esta clase.

6.9.5.2.3 Grabada: Se difunde en forma diferida, previamente se registra en un grabador. Si bien tiene menos "calor" y espontaneidad que las dos anteriores, permite efectuar un trabajo periodístico más profundo y reflexivo.

6.9.5.3 La Entrevista Grabada. Para este tipo de entrevista, no está de más tener en cuenta las indicaciones expuestas para las que son en vivo, aunque el registro de grabación da mayor tranquilidad y permite efectuar correcciones en la intervención del reportero y del entrevistado. La grabación puede utilizarse de diversos modos.

6.9.5.3.1 En crudo. La grabación se difunde íntegramente como fue realizada, sin modificación alguna. No se diferencia de una entrevista en vivo, excepto por la falta de simultaneidad, ya que se emite diferida. Se emplea en programas que se difunden grabados en su totalidad, la entrevista se graba con anticipación como si se tratara del programa en vivo, y se difunde en el día y horario correspondiente.

6.9.5.3.2 Extractada. Se selecciona un tramo de la grabación desde determinada pregunta hasta determinada respuesta, en forma corrida. La selección exige que se extraiga la porción más importante. El reportero puede completar la emisión extractada con un resumen de las opiniones del entrevistado sobre otros asuntos, de acuerdo con este esquema:

1. Presentación
2. Extracto
3. Resumen
4. Conclusión

Si la entrevista contiene varias secciones importantes, es conveniente preparar igual cantidad de extractos y difundirlos en sucesivos boletines.

6.9.5.3.3 Editada. Es una compaginación realizada mediante el empalme de diferentes partes de la entrevista original. Tiene un gran valor periodístico y requiere un trabajo preciso y cuidadoso. La tarea de compaginación tiene diversas posibilidades.

a) Cambio de orden: No es necesario mantener el orden en que se efectuó la grabación. Tal vez una pregunta tuvo una respuesta considerada de valor especial y se produjo en la parte final de la entrevista. Se la puede colocar en la parte inicial.

b) Cambio de preguntas: Es probable que, al escuchar la grabación original, se descubran algunas preguntas que no fueron formuladas adecuadamente. Se las puede reemplazar, manteniendo el sentido marcado por las respuestas correspondientes.

c) Reducción: Las respuestas demasiado extensas y con repeticiones se pueden recortar.

d) Fusión: Respuestas breves, que tienen vinculación evidente en sus contenidos, pueden unirse.

e) Fisión-separación: Si una respuesta aborda más de un tema, el reportero puede intercalar otra pregunta.

El proceso de edición es el verdadero trabajo periodístico en este tipo de entrevista. El registro de la grabación durante el encuentro o contacto con el entrevistado constituye la recolección de información los datos que se obtienen en la entrevista son la materia prima para la elaboración del trabajo periodístico. Para lograr una edición de calidad, el reportero debe aplicar sus criterios profesionales y contar con la colaboración de un buen técnico operador que realice los empalmes con rigurosa precisión, para que el producto resultante sea armonioso y de buen nivel.

6.10 DESARROLLO DE LA RADIO EN COLOMBIA

Retornando la conceptualización del libro "la Radio". La radio llega a Colombia por iniciativa de los radio aficionados que comienza a traer equipos de baja potencia por los años de 1923.

Durante estos primeros años y hasta 1929, la radio tenía las características de un hobby, esto es, de una intretención para los que poseían transmisores.

A partir de 1929 nacen en el país las primeras estaciones como la **HJN** de Bogotá que más tarde se convertirá en la Radio Nacional.

El surgimiento de la radio en Colombia coincide precisamente con el surgimiento de la industria Nacional y con el desarrollo del capitalismo en forma definitiva. Dentro de este contexto la radio viene a cumplir una función muy importante específicamente como agente vital de la creación y del ensanchamiento del mercado interno de los productos elaborados por la naciente industria Nacional.

La historia de la evolución de la radio se da en varios periodos, teniendo en cuenta los aspectos sociales y económicos que dinamizaban en ese momento a la sociedad.

El primero va desde su aparición en el país en 1929 hasta 1934 y se denominó el despegue el cual buscaba mejoramiento en el aspecto tecnológico, diseño de aparatos y calidad en las señales.

El segundo periodo va desde 1934 a 1940 y se denominó la consolidación comercial y se caracterizó por la generación de nuevas condiciones socioeconómicas y de infraestructura en el país.

El tercer periodo va desde 1940 a 1950 y lo define López Forero como la politización y búsqueda de audiencia, se caracteriza por capturar una mayor audiencia con el atractivo de una programación amena, variada y original.

El cuarto periodo va desde 1950 a 1960 y se caracteriza por el desarrollo de las cadenas radiales con una amplia visión económica y política, se dedican a la compra o afiliación de emisoras regionales.

6.11 LA RADIO COMUNITARIA

En Colombia, las radios comunitarias y de interés público, desde hace muchos años vienen siendo la vanguardia del proceso de democratización y descentralización de las comunicaciones.

Por esta razón, este medio específico la radio, se convierte en el foco de atención y centro de la mayoría de grupos que velan por la comunidad, por su desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida.

En esta medida, es a la radio comunitaria quien corresponde en primera instancia erguirse como buluarte,y modelo de participación, puesto que en su esencia está, el que sea posible abrir un espacio donde la voz de la comunidad sea escuchada y valorada para ser tenida en cuenta.

Sobre la historia del nacimiento de estas emisoras queremos resaltar el hecho de que en Colombia- que entre otras cosas ha sido pionera de las comunitarias a nivel de América latina _nacen, crecen y se reproducen a partir de la necesidad sentida de las poblaciones más olvidadas y apartadas de las grandes urbes, por tener acceso a un medio de comunicación que les garantice el cubrimiento y la difusión de los servicios mínimos requeridos en cuanto a campañas de vacunación, desastres naturales, y toda clase de eventos que van desde primeras comuniones, matrimonios y cumpleaños, hasta reuniones de mingas y encuentros comunitarios.

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

En consecuencia su programación deberá plantear temas interesantes, calientes, polémicos, lúdicos, sensuales, útiles, sentimentales, ágiles, fantásticos, que permitan las ilusiones, las esperanzas, la posibilidad de meter el arco iris a nuestra vida cotidiana; partiendo, por supuesto de los intereses de nuestros oyentes, de nuestros interlocutores, de nuestro contexto, de nuestra vida cotidiana, de nuestra forma de ser, de nuestra cultura.

Las radios comunitarias contribuyen a la libre expresión de los distintos movimientos sociales, políticos y culturales, así como a la promoción de toda iniciativa que busque la paz, la amistad entre los pueblos, la democracia y el desarrollo. las radios comunitarias reconocen el papel fundamental específico de las mujeres en la instauración de nuevas prácticas de comunicación. Reconocen igualmente la soberanía e independencia de los pueblos. La solidaridad y la no intervención en los asuntos internos de otros países, la cooperación internacional

sobre una base de igualdad, reciprocidad y respeto mutuo, la no discriminación de raza, sexo, preferencia sexual , religión el respeto a la identidad cultural de los pueblos y la urgente preservación del medio ambiente. En fin, la radio comunitaria busca democratizar la palabra para contribuir a democratizar la sociedad.

- ❖ Superar la marginalidad y captar audiencias masivas.
- ❖ Hacer un periodismo más ágil, dinámico, que recupere la urgencia informativa y el necesario carácter investigativo.
- ❖ Abrir auténticos espacios para el debate y la polémica en un ambiente democrático y pluralista.
- ❖ Recuperar la magia del lenguaje radiofónico empleando todos los variados recursos y formatos que el medio permite.
- ❖ Modernizar la infraestructura tecnológica de las radios comunitarias para lograr una producción de mayor calidad.
- ❖ Impulsar una política de autofinanciamiento convirtiendo a las radios comunitarias en empresas sociales rentables.
- ❖ Comprometer a los organismos internacionales a favorecer el desarrollo de la radio comunitaria.

- ❖ Construir una radio comunitaria dinámica, fresca, colorida, enraizada en la vida de nuestra gente, que defienda sus valores culturales y su identidad Nacional, para de esta manera, enfrentar el proyecto Neoliberal y abrir así un camino de esperanza para nuestros pueblos.

Generar identidad, pertenencia, valores, cambio de actitud frente a la vida, mejorar las relaciones con nuestros congéneres y con la naturaleza, fortalecer procesos de cambio para lograr una vida mejor y enfrentar, con conceptos y acciones mucho más claros, los desequilibrios políticos y económicos son algunos de los objetivos de los comunicadores que optamos por producir radio y demás medios alternativos.

6.12 LA CONSTRUCCIÓN DE LO PÚBLICO

Mediante la emisora comunitaria, diferentes sectores de la comunidad pueden discutir, reflexionar, y manifestar sus inquietudes con respecto a los asuntos de interés colectivo.

Es un espacio ideal para debatir el tipo propuestas sociales, políticas y culturales que se proponen en la localidad y para elaborar proyectos colectivos.

6.13 LA EXPRESIÓN DE QUEHACER CULTURAL DE LA REGIÓN

La emisora comunitaria provee de espacios para la difusión masiva a partir de lo local esto fomenta el reconocimiento de la diversidad cultural presente en las regiones y genera reconocimiento, respeto y tolerancia.

6.14 LA EMISIÓN DE INFORMACIÓN LOCAL

La emisora comunitaria permite el cubrimiento de sucesos de interés local, algo que normalmente esta ausente de la programación de los medios comerciales. Por otra parte, pueden generar para el resto del país análisis contextualizados de la información local que sean de interés nacional.

6.15 LA PROMOCIÓN DE LA EDUCACIÓN

En la medida en que la programación de las emisoras comunitarias esta orientada a difundir programas de interés social, para los diferentes sectores de la comunidad," que propician su desarrollo socio económico y cultural", Son medios de educación no formal. Pueden así fortalecer procesos educativos amplios e involucrar en ellos a toda la comunidad.

6.16 LA RECREACIÓN

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

6.17 DECRETO NÚMERO 1447, 30 AGOSTO DE 1995

ARTÍCULO 21. *definición del Servicio.* El servicio comunitario de radiodifusión sonora, es un servicio público sin ánimo de lucro, considerado como actividad de telecomunicaciones, a cargo del Estado, quien lo prestará en gestión directa a través de comunidades debidamente constituida en Colombia.

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.

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.

PARÁGRAFO: A través del servicio comunitario de radiodifusión sonora, no podrá transmitirse ningún tipo de programa con fines proselitistas.

6.18 COMO PARTICIPAN LOS SECTORES DE LA COMUNIDAD EN LA EMISORA

Las siguientes son las formas básicas de Participar en una emisora comunitaria:

A) Perteneciendo a la junta de programación: dado el objeto social de las emisoras comunitarias, los sectores sociales de la comunidad pueden solicitar su participación en la junta de programación como una forma de garantizar el carácter comunitario.

B) Produciendo Programas: en este caso un individuo o grupo propone o produce programas que sean de interés en la comunidad. Como el productor pertenece a la comunidad, es probable que conozca sus gustos, intereses, horarios entre otros (esto facilita, de alguna manera, el proceso de investigación sobre la audiencia, sin eliminarlo por completo).

C) Formando Parte de la audiencia: se puede buscar la participación de los distintos sectores de la comunidad como audiencia en la emisora, a través de

diversas formas. Con miras a la creación de lo público; se debe tratar de involucrarlos mediante debates, mesas redondas, y en general formatos que busquen su opinión y participación. Estos formatos tienen la ventaja de que no requieren un conocimiento de la radio por parte de la audiencia.

D) Realizando cabildos públicos: otra propuesta por explorar es la realización de "cabildos". Estos permiten una comunicación en doble vía. Recogen de manera dinámica las opiniones y las audiencias sobre el proyecto comunicativo encarnado en la emisora lo cual permite además que estas la conozca; y las audiencias a su vez, tiene la oportunidad de conocer los problemas de la emisora. lo cual puede contribuir a generar apoyo y buscar soluciones colectivas.

Para que le sirve a la emisora comunitaria la participación de distintos sectores ?

La emisora debe ser ante todo una forma de manifestación de los distintos sectores locales.

1. le interesa por tanto incluir a miembros interesados y activos en la junta de programación. Esto le permite crear y estimular mecanismos de participación y lograr un contacto directo con la audiencia y sus intereses.

2. Es indispensable para programar desde las expectativas de los sectores de la comunidad y poder, de esta manera, cumplir con el objetivo de expresar sus intereses, interactuar con ellos y garantizarlos como audiencia.

3. Se debe buscar que diversos sectores se apropien de la emisora y se constituya así en un mecanismo de defensa y apoyo financiero de la misma.

6.19 LA ORGANIZACIÓN DE LAS RADIOS COMUNITARIAS

Las emisoras comunitarias no pueden pertenecer a ninguna cadena, pero si pueden asociarse o establecer vínculos, por ejemplo a través de las asociaciones corporaciones, redes, empresas de mercadeo, consorcios unidades temporales, proyectos, conjuntos entre otros; bien para beneficiarse ellas mismas, yo para beneficiar a las comunidades de sus municipios, en aspectos económicos, políticos, sociales comunicativos y culturales.

Interacciones de este tipo permiten a una emisora de alcance municipal, acceder a beneficios que solo se dan a mayor escala, es decir accediendo a esos otros niveles regionales y nacionales e incluso internacionales. Se puede afirmar entonces que a pesar de las prohibiciones legales de encadenamiento, existirían muchas posibilidades o mecanismos de organización, sin embargo mas allá de la estructura que esta tome, consideramos necesario plantear lo siguiente:

1) Las organizaciones tradicionales, (asociaciones, federaciones, corporaciones), concebidas de carácter gremial (de cafeteros, de trabajadores, de estudiantes de emisoras), funcionan en base de sistema de representación a través de juntas directivas y/o secretarías ejecutivas o gerencias, quienes asumen las tareas, las

responsabilidades, y finalmente distribuyen los beneficios de los ejercicios asociativos.

Las organizaciones de esta época se deberían basar en sistemas de participación mas que de representación, en donde verdaderamente se vincule a los afiliados a ejercer su derecho y deber de sujeto constructor de realidad. organizaciones en donde el logro de las metas propuestas sea tarea de todos y no de juntas directiva, que por tanto democratizen además del trabajo, la información y fa toma de decisiones. Además este tipo de instituciones se convertirían en escuelas de democracias, en donde los liderazgos sean funciones temporales, asumidas por personas capaces de sacar propósitos, papera en donde seria claro que una vez alcanzado el logro puede ser necesario rotar por otras personas que entrarían a cumplir un mejor papel para el nuevo propósito.

La organización de las emisoras comunitarias no es entonces un ejercicio que se puede asumir de manera facilista o reflexiva, sino que es necesario estudiar muy bien las características de la organización de la que se quiere hacer parte, así como tener muy claros los objetivos y expectativas del proceso de organización.

Los mecanismos de asociación e interacción de emisoras comunitarias deben ser creativos, complementarios y no corresponder a modelos terminados incapaces de dialogar con otros, a la vez que deben tener en cuenta que su función esencial es responder a las necesidades y características de las emisoras en una época histórica y específica.

6.20 RADIOS COMUNITARIAS Y GLOBALIZACIÓN EN LA COMUNICACIÓN

El objetivo de la presente exposición es reflexionar en torno al papel que están cumpliendo las radios comunitarias en el proceso de globalización de la comunicación que se viene dando a nivel mundial. Analizar el rol que ellas cumplen en la formación de opinión nos va a permitir también delinear algunas de las características que, a nuestro juicio, perfilan este modo de pensar y hacer radial.

Entendemos por globalización de la comunicación el surgimiento de una serie de formas de entender la vida, de costumbres y de valores que viene conformando una suerte de cultura global, la misma que viene desarrollándose principalmente en los centros urbanos (esto sin negar la importancia que tiene el proceso de urbanización de las zonas rurales).

Es en este escenario que los medios masivos, pero también los locales, vienen cumpliendo un papel fundamental; no sólo porque se configuran en una especie de ventana al mundo, sino porque van colaborando en la creación de nuevos procesos de comunicación. Pero como la globalización no es unidireccional (es decir de las grandes ciudades hacia el resto del mundo), los medios también se alimentan de lo que se produce en países como los nuestros.

Un ejemplo es la proliferación de los estilos de vida norteamericanos en cuanto a comida se refiere (hamburguesas, pizzas, etc.), como también los valores que acompañan el mundo neoliberal (la eficacia, la productividad, etc.).

Lejos de pensar que estos procesos nos van a uniformizar, prefiero pensar en lo que la gente de estos países vamos a hacer frente a esta suerte de cultura global. Y es en esa línea que encontramos a las radios comunitarias que están más bien revalorando –aunque no necesariamente de forma consciente– los lazos familiares y locales, las identidades y memorias culturales, las músicas y los cuentos tradicionales; todo aquello que no encuentra cabida en los grandes medios.

Por ello y aunque estemos cada vez más metidos en esta especie de aldea global, hay que mirar no sólo lo que acontece en la escena mundial, sino lo que ocurre en la vida local, pues es allí donde encontramos más ejercicios de ciudadanía y expresiones de democracia que vienen de la sociedad civil, que en los ejercicios democráticos de cada cinco años.

Parecería que tras la caída del muro de Berlín –que se ha configurado como un hito en la historia–, íbamos a vivir una mayor democracia, pero aquello sólo quedó en esperanza. Pues cuando más se habla de democracia, ésta menos existe.

Por lo que he escuchado estos días y visto en mi experiencia anterior, la radio comunitaria se constituye en un espacio de interacción. Porque la finalidad de la radio comunitaria no sólo es conseguir el máximo de audiencia, sino permitir el acceso de todas las voces en sus ondas.

En estas radios podemos escuchar no solo avisos, mensajes y saludos de cumpleaños, sino también las músicas de las regiones, aquellas que las grandes

radios no pasan, quizás porque no están de moda. Porque lo que a veces perdemos de vista es que, si bien los medios constituyen una ventana al mundo, el mundo que nos pintan no necesariamente respeta las identidades culturales de los diferentes actores y personajes que pueblan nuestros países.

La radio comunitaria legítima no sólo las tradiciones regionales, sino también a los líderes de opinión locales y, por ello, en un proceso que no es del todo consciente para los emisores y receptores, afirma valores éticos y comunitarios.

Por eso, y a diferencia de las radios que pelean por el rating y la sintonía, entendida únicamente como la suma de números que hacen un porcentaje, la radio comunitaria no necesita planificar desde el marketing y la publicidad la entrada a la vida cotidiana y al hogar.

Por ejemplo, aquello que contaban de una emisora comunitaria colombiana, a propósito del cierre decretado por el gobierno, que los niños iban a exigir su programa sabatino, sería impensable en una radio masiva, pues la relación que establece con los niños, o con los adultos, no es una relación comunicativa, sino esencialmente comercial.

Lo que pasa es que la captura de audiencias obliga a pensar en estrategias de convocatorias como los regalos y los concursos. En general, las campañas que las radios organizan sirven para conseguir más oyentes, pues entonces será mayor la cantidad de anunciantes que se interesaran en colocar allí sus anuncios.

Lo que ocurre es que la audiencia radial es un asunto muy complejo; no se trata únicamente de la sintonía. Porque lo que hace la medición de sintonía es permitirnos saber cuántas radios están encendidas en un momento determinado y cuántas personas están sintonizando en ese momento determinada emisora.

Pero lo que nosotros sabemos como oyentes es que sintonizar una emisora no es lo mismo que gustar de ella. A veces en una casa la radio está sintonizada en una emisora porque los padres imponen gustos, o en otro caso, son los hijos, más aún si estos son adolescentes. Por otra parte, tampoco los oyentes escuchamos una sola emisora, salvo que nos veamos obligados a hacerlo si no existen otras.

En ciudades como Lima, en la que la oferta es enorme, tenemos arriba de 50 emisoras. Es el propio radio-escucha el que arma su programación.

Por eso es que las radios comunitarias muchas veces llenan el vacío que las emisoras masivas dejan. Las noticias locales o la música regional no tienen muchas veces cabida en las grandes cadenas. Por eso los oyentes buscan productos en las radios comunitarias.

6.20.1 CÓMO CONVERTIR LA RADIO COMUNITARIA EN UNA EMPRESA

Bien las radios comunitarias se desarrollan con sentido social, no existe ninguna razón para que ellas no sean tratadas como empresas que garanticen su éxito y permanencia en el tiempo. Actualmente es una necesidad para las regiones de

Colombia que las radios comunitarias se conviertan en empresas sostenibles, es decir, en empresas con recursos humanos, técnicos y financieros. Para lograrlo es necesario hacer una planeación estratégica normal, que incluya visión, misión, objetivos y estructura de la empresa.

Antes de constituir una empresa se debe hacer un diagnóstico de las oportunidades, debilidades, fortalezas, amenazas, ventajas, desventajas, estrategias y presupuestos. También es necesario identificar cuáles son los programas de control interno que permitan la realización de una emisora líder.

La visión debe ser entendida como un sueño a largo plazo; la misión debe reflejar lo que queremos dentro de la comunidad y cómo lo vamos a hacer.

Una vez definida la misión, se debe realizar un análisis de las oportunidades que tenemos frente a las emisoras que llegan al municipio. Además debemos identificar claramente las amenazas para trazar estrategias que impidan que éstas ocurran.

6.20.1.1 ¿QUÉ DEBEMOS HACER?

Se debe empezar capacitando a las personas que dirigen y gerencian emisoras comunitarias en programas básicos de administración de empresas, para que puedan en corto tiempo armar una infraestructura, con un departamento comercial destinado al mercadeo de los programas, de tal manera que se tengan los ingresos necesarios para la subsistencia de la emisora.

Es conveniente aclarar que no se trata de convertir la emisora en una de tipo comercial, sino de buscar alternativas dentro de la comunidad, no para que subsidien la radio comunitaria sino para que las empresas de la ciudad o los municipios tengan la posibilidad de promocionar sus productos y competir con las empresas de mayor tamaño.

Para lograr lo anterior se requiere de cinco elementos básicos:

- ❖ Creer en nosotros mismos
- ❖ Creer en lo que hacemos
- ❖ Creer en la gente y querer la gente
- ❖ Creer en la radio comunitaria y
- ❖ Creer en nuestro país

6.20.2 Paralelo entre la emisora comunitaria y de interés público como medios alternativos a los medios masivos.

	EMISORAS DE INTERÉS PÚBLICO	EMISORA COMUNITARIA
Requisitos para la licencia.	Directa.	A través de la Alcaldía por concurso, de acuerdo a la mejor propuesta que cumpla con los requisitos.
Potencia Máxima	Lo determina el plan técnico Nacional de radiodifusión.	250 vatios. Lo determina el plan técnico Nal. de Radiodifusión.
Modalidad.	A.M	F.M.

Objetivo de programación	Educativo, recreativo, información de interés para todos los sectores.	Satisfacer necesidades e intereses de diferentes sectores de la comunidad participativa.
Emisión.	Diurna: 6:00 am- 6:00 pm	Puede cumplir las 24 horas.
Propiedad.	De la Alcaldía: no del Alcalde.	Comunidades organizadas sin ánimo de lucro, con personería jurídica otorgada por la autoridad competente.
Administración.	Como organismo que depende de la Alcaldía de cada Municipio.	Es colectiva: depende de los criterios que determine la entidad sin ánimo de lucro, lo cual implica que sea una empresa rentable.
Pauta publicitaria.	No puede pasar publicidad. Los ingresos dependen de las partidas presupuestales asignadas.	15 minutos por cada hora. Se exceptúa el proselitismo político y religioso y la promoción de productos ilegales.
Participación.	Todos los sectores sociales del Municipio y Gobernación. Se deben establecer los criterios de participación amplia.	Todos los sectores sociales de la localidad, de acuerdo con los criterios que se definan colectivamente.

6.21 LOS (AS) REPORTEROS (AS)

Son los (as) encargados (as) de hacer las entrevistas una vez se hayan definido las fuentes. Son los "Todorreno" pues así como algunas entrevistas se deben hacer a personajes especiales, así también se hará reporteria callejera cuando sea necesario.

Esto implica que según el tema a tratar, un reportero (a) debe estar dispuesto (a) a meterse donde sea ya la hora que sea.

Para ellos especialmente las técnicas de la entrevista, que deben ser explicadas y en lo posible practicadas desde un comienzo como ejercicio previo a la salida a la calle. Se aprovecharán entonces las grabadoras de reportería que tenemos a mano, realizando entre los mismos compañeros entrevistas cortas.

La práctica en este campo, es la que realmente les dará la habilidad necesaria para realizar un trabajo bien hecho.

A los reporteros (as) también se les puede encargar la labor de Edición, pues ninguno mejor que ellos ya que conocen el material de sobra y de antemano saben qué va y qué no. Lógicamente, el resto del grupo con disponibilidad de tiempo deberá también asumir esta tarea.

6.22 EL TEJIDO SOCIAL

La vida social es por esencia comunicativa, en ella se producen constantes intercambios que buscan determinados objetivos mediados por la comunicación.

Se intercambian afectos, formas de pensar, opiniones y se establecen compromisos, lealtades, solidaridades; pero también por medio de la comunicación es posible tomar distancia de los demás. La comunicación comporta un doble proceso de inclusión y exclusión que estructura y reconstruye constantemente las relaciones interpersonales y el tejido social en general.

La interdependencia entre comunicación y vida social es absoluta. Es más, la vida social se construye, se constituye sobre el andamiaje cambiante de la comunicación como proceso intersubjetivo y bajo los parámetros del lenguaje como materia consubstancial a la vida social.

La comunicación es un proceso esencialmente multilingüístico. La multiplicidad, variedad y complejidad de lenguajes diferenciados que fluyen y le dan vida a los procesos comunicativos comportan distintas posibilidades de interacción y de asignación de roles sociales, de mecanismos de mutuo reconocimiento, identidad y diferencia; de distribución de bienes y servicios, de garantía o desconocimiento de libertades, intereses y derechos.

La complejidad de la comunicación se expresa también en los contextos que interactúan para que dicho proceso efectivamente se realice.

La comunicación está configurada por una enmarañada trama de sistemas simbólicos, que desde el punto de vista político –del ejercicio del poder y de la búsqueda de legitimación del mismo– cumple con tres funciones primordiales:

- a. La integración de la clase (sector, grupo o persona dominante), asegurando la comunicación entre todos sus miembros y distinguiéndolos de las otras clases (sectores, grupos o personas);
- b. La interpretación ficticia de la sociedad en su conjunto y
- c. La legitimación del orden establecido por el establecimiento de distinciones o jerarquías y por la legitimación de esas distinciones.

6.23 LA RED SOCIAL

Se define una red social como el conjunto de todas las relaciones –reales y virtuales– significativas para un individuo, un grupo, una comunidad, una entidad e institución o la sociedad en su conjunto. Desde el punto de vista técnico-científico una red tiene un sentido más pragmático: “los orígenes etimológicos de la palabra red conducen a una malla utilizada en principio para atrapar animales.

La analogía de forma llevó luego a utilizar el término para designar un conjunto de líneas entrelazadas de manera más o menos regular. En el lenguaje corriente de hoy día, una red es un conjunto de tuberías, vías de comunicación, conductores eléctricos que sirven a una misma unidad geográfica o que dependen de una misma empresa.

Una red es también la distribución de los elementos de una misma organización, relacionados entre sí. La existencia de la red no supone necesariamente un medio de conexión entre sus elementos. Solo basta que exista algún tipo de conexión entre ellos. Estas dos acepciones comparten los dos elementos fundamentales en el concepto de red: las relaciones entre elementos y la pertenencia de estos a un mismo conjunto". (Flórez A. y Chenut P., 1997).

Bord (1984) propone una definición más general: "una red está constituida por las relaciones que se establecen entre los elementos de un solo conjunto".

Una red no es simplemente un grupo, una suma de relaciones interpersonales. Una red social se activa a partir de relaciones significativas para cada miembros de la misma, significado que es distinto para cada uno de ellos, pero que orienta el sentido de la vinculación individual y global.

De un conglomerado de personas podemos conformar un grupo, por ejemplo con aquellas que están entre los 18 y los 35 años. Así seleccionadas, todos ellos conforman un grupo, pero definitivamente no una red. Una red es mucho más

densa, compleja y diferenciada que un grupo. En ella intervienen una serie de características generales que varían en cada red dotándola de singularidad propia.

La significación que le otorga cada individuo, grupo, comunidad o la sociedad, al conjunto de relaciones que constituyen una determinada red, guarda estrecha relación con la necesidad, cantidad y calidad de los vínculos que conforman esa específica red y de los productos afectivos, emocionales, económicos, políticos y culturales que obtiene cada integrante de la red al hacer uso de los recursos que esta proporciona.

Queremos desbrozar los componentes genéricos de una red social –siguiendo los derroteros conceptuales de Carlos E. Sluzki (1996), para comprender con mayor claridad cuál es el contexto general de los procesos comunicativos. Posteriormente analizaremos otros factores determinantes del trasfondo de la comunicación el poder, el saber y la verdad–.

6.24 PLAN DE ACCIÓN

Este proyecto que lleva por nombre **FORMACIÓN REPORTEROS PARA RADIO COMUNITARIA**; es un proyecto de tipo pedagógico con enfoque comunitario, con la metodología de la investigación acción participativa (I.A.P), ya que forma parte de una estrategia que involucra a la comunidad en el conocimiento y solución de los problemas.

Con esta investigación se busca el conocimiento de la comunidad el cual se hace por medio de diálogos, la comprensión y la visión crítica.

Con la acción se requiere modificar intencionalmente una realidad, es decir algo para solucionar un problema, para cambiar algo que hay que cambiar.

A través de la acción se conocen las personas y la comunidad el modo de interpretar, las estructuras sociales y su propia realidad, se aclaran intereses de grupo y se descubren posibilidades para nuevas acciones y para mejor grado de organización.

Con la participación se busca la integración de la comunidad en caminata hacia la activa involucración del trabajo a realizar, con esta participación se conocen las fuerzas que operan dentro del grupo.

Las actividades programadas se realizaran a través de talleres prácticos, seminarios y tutorías que sirvieron de apoyo a la labor social de la radio comunitaria.

6.25 FASES DE LA INVESTIGACIÓN ACCIÓN PARTICIPATIVA

6.25.1 Primera fase: Acercamiento a la Comunidad. Se inicio el acercamiento a la comunidad por medio de convocatoria, a través de la R.C.A. Después de ésta se realizaron las inscripciones de los aspirantes (ver anexo 1), en el proyecto

Formación Reporteros Para Radio Comunitaria; logrando así uno de los objetivos específicos que era crear una red de reporteros comunitarios en la zona rural y urbana del Municipio de Acacias.

6.25.2 Segunda fase: Promoción y Difusión. Contando con el apoyo de la Radio comunitaria de Acacias y la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, se pudo difundir el proyecto Formación Reporteros para Radio Comunitaria en todo el Municipio de Acacias, creando así un grupo de 27 personas, (Ver anexo 2), La difusión se hizo mediante comunicación directa y a través de La R.C.A, dando a conocer así la importancia de la formación de Reporteros capaces de difundir y liderar procesos sociales en el Municipio de Acacias.

Se elaboró un cronograma de actividades (Ver anexo 3), enfocado al trabajo a realizar con la red de reporteros; también se elaboró un presupuesto aproximado y recayó la responsabilidad a cargo de los responsables del proyecto.

6.25.3 Tercera fase.

6.25.3.1 Ejecución. Para la ejecución de las actividades programadas en el cronograma se tuvo en cuenta los aspectos necesarios que permiten establecer un enlace entre las comunidades y los reporteros, para que sean ellos los encargados de generar procesos sociales.

6.25.3.2 Ambientación. Se inicia con talleres de sensibilización dirigidos al grupo de reporteros en donde se resalta la importancia de crear una red de reporteros en el Municipio de Acacias, que sirva de apoyo a la labor social de la Radio Comunitaria.

Para esta etapa se tenía un objetivo principal que era el de integrar a los reporteros a través de talleres prácticos, seminarios y tutorías; que permiten que identifiquen y generen procesos sociales, a través de la Radio Comunitaria de Acacias.

6.25.3.3 Actividades. Todas las actividades se llevaron a cabo los días sábados en la Escuela GABRIELA MISTRAL en un horario de 2:00 pm a 4:30 pm, se contó con la participación de todas las 27 reporteros, también se contó con la Directora de la UNAD, Doctora Blanca Dilia Parrado, la Coordinadora de la Facultad de Ciencias Sociales Humanas y Educativas Doctora Sonia Clavijo y con la presencia de invitados especiales como Antonio Jauregui Director del noticiero la voz del llano, la Psicóloga Elsa Ruth Rodríguez y el señor Olegario Mancera Alcalde del Municipio de Acacias.

6.25.3.4 Talleres. Se llevaron a cabo los siguientes talleres (ver anexo 4)

- ◆ Marzo 11 de 2000 los medios de comunicación
- ◆ Abril 01 de 2000 historia de la radio
- ◆ Abril 15 de 2000 reporteros en acción

- ◆ Mayo 13 de 2000 alto parlantes una vez en el silencio
- ◆ Mayo 27 de 2000 radio participativa comunitaria en Santafé de Bogotá
- ◆ Junio 10 de 2000 las radios comunitaria y las dictaduras.
- ◆ Junio 24 de 2000 las formas de la radio
- ◆ Junio 15 de 2000 La palabra
- ◆ Agosto 12 de 2000 el sentido de la oportunidad
- ◆ Agosto 26 de 2000 La magia de los efectos de sonido
- ◆ Septiembre 2 2000 La radio, ventajas de la radio
- ◆ Sep/bre 23 de 2000 La noticia
- ◆ Octubre 07 de 2000 conformación de la J.A.C.
- ◆ Nov/bre 11 de 2000 aprendamos a hablar bien en la comunidad.
- ◆ Diciembre 02 de 2000 sopa de letras

Para el año 2001 se realizó una nueva convocatoria, se hicieron las inscripciones pertinentes y se llevaron a cabo los siguientes talleres en el primer semestre del año.

- ◆ Enero 27 de 2001 reencuentro con los reporteros en el Municipio de Acacias.
- ◆ Febrero 03 de 2001 encuentro con nuevos aspirantes y antiguos reporteros.
- ◆ Febrero 10 de 2001 lectura y práctica de radio.
- ◆ Febrero 24 de 2001 lectura y práctica de radio segunda parte.
- ◆ Marzo 03 de 2001 visita a la R.C.A y organización de grupos.

- ◆ Marzo 17 de 2001 reporteros en acción prácticas de radio
- ◆ Mayo 05 de 2001 taller manejo de conflicto
- ◆ Mayo 12 de 2001 taller la radio
- ◆ Mayo 2 y 9 de 2001 taller programa radial presustentación
- ◆ Junio 9 de 2001 sustentación proyecto Formación Reporteros Para
Radio Comunitaria.
- ◆ Junio 16 de 2001 Integración.

6.25.4 Cuarta Fase

6.25.4.1 Evaluación. El proceso de evaluación se realizó en forma continua, se evaluó los resultados obtenidos en los procesos sociales generados por los reporteros a través de la R.C.A. también se tuvieron en cuenta los diferentes comportamientos de los reporteros en medida en que se avanzaba en la ejecución del plan de acción.

(Ver anexo 5).

6.25.4.2 Resultados. Durante todo el proceso de ejecución del plan de acción se evaluó teniendo en cuenta la participación, el cumplimiento y el compromiso adquirido por cada uno de los reporteros. Se tuvo en cuenta un formato de evaluación (Ver anexo 6).

Se realizó una encuesta a los reporteros comunitarios del Municipio de Acacias para saber si los objetivos propuestos en el proyecto formación reporteros para radio comunitaria logrará su finalización. (ver anexo 6).

Finalmente se realizó una encuesta a la comunidad Acacireña la cual tenía por objetivo saber si el proyecto “Formación Reporteros para Radio Comunitaria” fue conocido por los diferentes barrios que conforman el Municipio de Acacias. (ver anexo 7). Para este segundo semestre del año 2001 se realizaron diferentes talleres que fortalecieron los conocimientos de cada uno de los reporteros.

- ❖ Agosto 11 de 2001 Análisis del trabajo realizado en el semestre anterior.
- ❖ Agosto 18 de 2001 Lectura y pronunciación.
- ❖ Agosto 25 de 2001 Taller de lectura y pronunciación.
- ❖ Septiembre 01 de 2001 Taller de lectura y pronunciación.
- ❖ Sep/bre 08 y 15 de 2001 Refuerzo de lectura y redacción y participación en integración.
- ❖ Septiembre 22 de 2001 Taller de lectura y pronunciación.
- ❖ Octubre 6 y 13 de 2001 Ensayo de redacción.
- ❖ Octubre 20 de 2001 Visita a los medios en Villavicencio
- ❖ Noviembre 10 de 2001 practicas de radio y redacción
- ❖ Noviembre 17 y 18 de 2001 Taller de teatro
- ❖ Noviembre 24 de 2001 Ensayo presustentación
- ❖ Diciembre 01 de 2001 PRESUSTENTACIÓN.

7. MARCO LEGAL

7.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA 1991

TITULO I De los principios fundamentales

Artículo 20. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial y la de fundar medios masivos de comunicación.

Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

DECRETO 1695

Se define el servicio de radiodifusión comunitaria en los siguiente términos: “ El servicio comunitario de radiodifusión sonora, es un servicio público sin ánimo de lucro, de ámbito local, considerado como actividad de telecomunicaciones, a cargo del Estado, quien lo prestará de manera indirecta a través de comunidades organizadas debidamente constituidas en Colombia. El Ministerio de Comunicaciones otorgará directamente mediante licencia la correspondiente conseción”.

Retomando el sentido del decreto, este servicio será prestado únicamente por organizaciones comunitarias que tengan personería jurídica otorgada por la autoridad competente para ello.

La radio de interés público es un servicio de radiodifusión que presta el Estado por gestión indirecta a través de las Alcaldías Municipales.

El decreto 1446 dentro de la clasificación del servicio en función de la orientación general de la programación, la define como “ la programación que se orienta principalmente a elevar el nivel educativo y cultural de los habitantes del territorio Colombiano, y a difundir los valores cívicos de la comunidad.

El 30 de Agosto de 1995 se expidieron los decretos 1445, 1446, 1447. Los cuales reglamentan el servicio de radiodifusión sonora en el país y le dan carta de ciudadanía a la radio comunitaria tipificándola y asignándole frecuencias de operación en la mayor parte de los Municipios del país.

DECRETO NÚMERO 1446 DEL 30 AGOSTO DE 1995

Por el cual se clasifica el servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan normas sobre el establecimiento, organización y funcionamiento de las cadenas radiales.

DECRETA. CAPÍTULO I. DE LA CLASIFICACIÓN DEL SERVICIO DE RADIODIFUSIÓN SONORA

ARTÍCULO 1. Criterios de Clasificación. El servicio público de radiodifusión sonora se clasifica en función de los siguientes criterios:

1. Gestión del servicio.
2. Orientación de la programación.
3. Nivel de cubrimiento.
4. Tecnología de transmisión.

ARTÍCULO 3. *Clasificación del Servicio en Función de la Orientación de la Programación.* Atendiendo la orientación general de la programación el servicio se clasifica en:

A. RADIODIFUSIÓN COMERCIAL

Cuando la programación del servicio está destinada a la satisfacción de los hábitos y gustos del oyente y el servicio se presta con ánimo de lucro, sin excluir el propósito educativo, recreativo, cultural e informativo que orienta el servicio de radiodifusión sonora en general.

B. RADIODIFUSIÓN DE INTERÉS PÚBLICO

Cuando la programación se orienta principalmente a elevar el nivel educativo y cultural de los habitantes del territorio colombiano, y a difundir los valores cívicos de la comunidad. Para la evaluación del contenido cultural de la programación, se tendrán en cuenta los lineamientos establecidos en los artículos 2 y 5 de la Ley 74 de 1996 y 67 y 70 de la Constitución Política.

El Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Comunicaciones, apoyará las estaciones de radiodifusión sonora que de acuerdo con su programación sean catalogadas como de interés público.

Así mismo, el Ministerio de Comunicaciones en el Plan Técnico de Radiodifusión Sonora en Amplitud Modulada (A.M.), atribuirá al servicio de Radiodifusión de Interés Público un canal de cubrimiento local restringido y operación urbana, el cual será asignado a través de licencia a las Alcaldías Municipales para la gestión directa del servicio, de acuerdo con los siguientes criterios:

1. Se dará prelación a los municipios que no cuenten con el servicio de radiodifusión sonora.
2. Se asignará a los demás municipios del país, sujeto al cumplimiento de las protecciones contra interferencias objetables, dando prelación a los municipios de menor población y con mayores índices de necesidades básicas insatisfechas.

C. RADIODIFUSIÓN COMUNITARIA

Cuando la programación esté destinada en forma específica a satisfacer necesidades de una comunidad organizada.

ARTÍCULO 4. *Clasificación del Servicio en Función del Nivel de Cubrimiento.*

En razón al nivel de cubrimiento, el servicio se clasifica y define, según la clase de estación y los parámetros de operación establecidos en los planes técnicos, así:

- a. De cubrimiento zonal: Estaciones Clase A y Clase B.
- b. De cubrimiento local: Estaciones Clase C.
- c. De cubrimiento local restringido: Estaciones Clase D.

DECRETO NÚMERO 1447 DEL 30 AGOSTO DE 1995

Por el cual se reglamenta la concesión del servicio de radiodifusión sonora en gestión directa e indirecta, se define el Plan General de Radiodifusión Sonora y se determinan los criterios y conceptos tarifarios y las sanciones aplicables al servicio.

ESPECÍFICAMENTE EL CAPÍTULO V QUE REZA SOBRE EL SERVICIO COMUNITARIO

ARTÍCULO 21. *definición del Servicio.* El servicio comunitario de radiodifusión sonora, es un servicio público sin ánimo de lucro, considerado como actividad de telecomunicaciones, a cargo del Estado.

Quien 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 presentar dicho servicio, a través de cualquier medio de comunicación de circulación nacional, determinando el término para la presentación de las solicitudes de concesión.

Este servicio se prestará en los canales definidos para estaciones Clase D en el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada (F.M.), o en aquellos otros canales y modalidades que el Ministerio determine, teniendo en cuenta la disponibilidad de frecuencias y las necesidades del servicio.

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 tendrá la obligación de ajustar sus programas a los fines indicados.

ARTÍCULO 23. *De las Comunidades Organizadas.* Las Comunidades Organizadas interesadas en prestar el servicio comunitario de radiodifusión sonora, deberán tener:

1. Personería jurídica otorgada por autoridad competente.
2. Estatutos en donde conste de manera expresa como objetivo social, el desarrollo de la comunicación social como instrumento de desarrollo y participación comunitaria.
3. Domicilio en el municipio o distrito donde se pretende establecer la estación de servicio comunitario de radiodifusión sonora.

ARTÍCULO 24. *Solicitud de la Concesión.* Efectuada la convocatoria pública, los interesados deberán determinar claramente en sus solicitudes:

1. El municipio o distrito para el cual se solicita el servicio.
2. Si se requiere frecuencia de enlace entre estudios y el sistema de transmisión.

3. Ubicación y altura de la Antena.
4. Nombre de la comunidad organizada y documento que acredite su personería jurídica.
5. Número de miembros que integran la comunidad organizada y experiencia en trabajo comunitario.
6. Plan de programación que se pretende emitir.
7. Declaración en donde conste el compromiso de la comunidad organizada de cumplir con el correspondiente Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora.
8. Manifiestar bajo juramento que se entenderá prestado con la sola presentación de la solicitud, que la comunidad organizada no está incurso en ninguna causal de inhabilidad, incompatibilidad o prohibición de orden constitucional o legal.
9. Si la comunidad actúa a través de apoderado, este deberá acreditar su calidad de tal, mediante poder debidamente otorgado ante autoridad competente.

ARTÍCULO 25. *Determinación de la Viabilidad de la Concesión.* El Ministerio de Comunicaciones evaluará el cumplimiento de los requisitos y condiciones jurídicas, sociales y técnicas de la o las solicitudes que se reciban dentro del

término establecido en la convocatoria, para lo cual integrará un comité interno que teniendo en cuenta los estudios elaborados por las distintas dependencias, formulará recomendaciones al Ministro sobre el otorgamiento de la concesión.

PARÁGRAFO: En el evento de que se presenten varias solicitudes para prestar el servicio comunitario de radiodifusión sonora y todas ellas cumplan con los requisitos previstos en este Decreto, el Ministerio de Comunicaciones para otorgar la concesión considerará el contenido del plan de programación, la experiencia en trabajo comunitario y el número de afiliados.

ARTÍCULO 26. *Expedición de la Licencia, Instalación y Puesta en Funcionamiento de la Estación.* Determinada la viabilidad de la concesión, se informará de ello por escrito al respectivo solicitante, para que éste procesa dentro de los treinta (30) días siguientes a acreditar el pago de los derechos a que hubiere lugar, de acuerdo con las tarifas vigentes.

Acreditado el pago, el Ministerio de Comunicaciones contará con treinta (30) días para expedir la correspondiente licencia, la cual se notificará a la Comunidad Organizada en la forma y términos establecidos para los actos administrativos, fecha a partir de la cual, el concesionario dispondrá de seis (6) meses prorrogables por una sola vez hasta por un término igual, previa solicitud motivada, para la instalación y puesta en funcionamiento de la estación correspondiente y presentación al Ministerio de Comunicaciones del Concepto

favorable de la Unidad Administrativa Especial de Aeronáutica Civil en relación con la ubicación y la altura de la antena, iluminación y señalización de la torre.

ARTÍCULO 27. *Fuentes de Financiamiento y Reinversión de Recursos.* Los concesionarios del servicio comunitario de radiodifusión sonora, deberán invertir en su integridad los recursos que obtenga la emisora por concepto de comercialización de espacios, patrocinios, auspicios, apoyos financieros de organizaciones internacionales legalmente reconocidas en Colombia u organismos gubernamentales nacionales, en su adecuado funcionamiento, mejoramiento de equipos y de la programación que se trasmita a través de ella y en general en inversiones que garanticen la adecuada continuidad en la prestación del servicio y el desarrollo de los objetivos comunitarios.

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.

PARÁGRAFO: A través del servicio comunitario de radiodifusión sonora, no podrá transmitirse ningún tipo de programa con fines proselitistas.

ARTÍCULO 30. *Comercialización de Espacios.* Por las estaciones de servicio comunitario de radiodifusión sonora, podrá transmitirse propaganda exceptuando la política y darse crédito a los patrocinadores de programas o reconocer sus auspicios, siempre que no se trate de personas cuyas actividades o productos esté prohibido publicitar.

PARÁGRAFO: Los anuncios publicitarios no podrán ocupar espacios superiores a quince (15) minutos por ora de transmisión.

ARTÍCULO 31. *Retransmisión de Programas Pregrabados.* Los concesionarios del servicio comunitario de radiodifusión sonora podrán retransmitir programas pregrabados de otras estaciones de radiodifusión sonora, con autorización previa de la estación que originó el programa, siempre y cuando éstos tengan directa relación con los fines de la radio comunitaria, sin perjuicio de las responsabilidades legales y administrativas que pudieren generarse para el concesionario que hace la retransmisión, por el incumplimiento de las normas que regulan la materia.

CONCLUSIONES

Con este proyecto “Formación Reporteros para Radio Comunitario” del municipio de Acacías, se creó la red de reporteros, quienes serán los encargados de difundir y liderar procesos sociales en el municipio a través de la Radio Comunitaria, y así contribuir al crecimiento y desarrollo de sus comunidades.

Igualmente con este trabajo se logró dar a conocer la misión por la cual fueron creados los medios alternativos de comunicación especialmente las emisoras comunitarias las que se constituyeron para darle participación a la comunidad en general.

Para la UNAD este proyecto ha generado un cambio social ya que se abrieron espacios en la Emisora comunitaria y en los medios masivos, donde se dieron a conocer a nivel regional, informes desde Acacías durante los procesos electorales realizados en el presente año, dejando así en alto el nombre de nuestra Universidad; igualmente se generaron procesos de desarrollos sociales que han contribuido al mejoramiento de la vida de todos los habitantes de Acacías.

Por ello hoy entregamos a la sociedad acacireña y a la UNAD, un grupo de reporteros capaces de orientar y difundir programas radiales que contribuyan a mejoramiento de vida de los acacireños por intermedio de la R.C.A.

En cuanto a nosotros, como coordinadores de este proyecto es de gran satisfacción haber contribuido a la formación de este grupo de líderes de la comunidad, los que siempre estuvieron atentos a compartir todos los conocimientos y experiencias que hemos recibido de nuestra universidad, entre ellos los textos los cuales nos sirvieron como punto de apoyo para enriquecer y fortalecer más nuestro proyecto.

Por eso con orgullo, hoy podemos decir que hemos culminado esta fase del proyecto Formación Reporteros para Radio Comunitaria, del que estamos seguros será de gran aporte a la sociedad acacireña, ya que la capacidad y experiencia de cada uno de sus integrantes, permite que este proyecto en un futuro se multiplique para el bien de la comunidad de Acacías.

BIBLIOGRAFÍA

UNAD, Documento de trabajo, estrategias pedagógicas en investigación. Versión II semestre de 1998.

ENFOQUES EDUCATIVOS y PARTICIPATIVOS EN INVESTIGACIÓN SOCIAL, Aprender a investigar en comunidad II. UNISUR, Bogotá, Estrategias técnicas de investigación cualitativa, UNISUR, Bogotá, 1995.

TORRES C. Alfonso. Aprender a investigar en comunidad I, UNISUR, , Bogotá, 1995.

Escuela y comunidad, USTA, Santafé de Bogotá, 1994.

TIBOCHA Astrid, TELLEZ Héctor. COMUNICACIÓN CORPORATIVA, UNAD, Santafé de Bogotá D.C. 1997.

A. Hope, S. Timmel y C. Hoozi. EDUCACIÓN TRANSFORMADORA, , UNAD, Santafé de Bogotá.

PAREDES Ligia M. TEORÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN, Santafé de Bogotá D.C., 1997.

GUTIÉRREZ, B. URETA M. LA RADIO, UNISUR,. Santafé de Bogotá, 1997.

DIDO Juan C. TALLER DE PERIODISMO, Ediciones Novedades Educativas.

CACERES, Martha J. Para hacer radio, proyecto enlace comunicación para la superación de la droga, Ministerio de Comunicaciones,1997.

BERNAL, Martha. PEDROSA Amparo. La radio, un arco iris donde la participación es la esencia de los colores, 1997.

UN, DOS, TRES, PROBANDO, Ministerio de Comunicaciones, enero 1997.

SUÁREZ D. Harvey. Hilos, redes y madejas, UNAD, Primera Edición 1999.

CARTILLA, Acacias Turística, Quinta edición, Acacias, un paraíso... donde el que llega se queda.

SÁNCHEZ Zenaida, SÁNCHEZ Edith, RODRÍGUEZ Claudia V. Impresos comunitarios UNAD.

Comunidad de radio/conceptuales/que es una emisora/Septiembre 2000.doc.

LÓPEZ V. José Ignacio. MANUAL DE CAPACITACIÓN 2, La entrevista colectiva, Noviembre 1995.

Comunicación y Redes sociales, Diego F. Henao Arcila, UNAD, Primera Edición, Santafé de Bogotá.

TALLER DE PERIODISMO, Alcides Antonio Jauregui Bautista, Club Codesola, Acacias.

MANCERA M. Katherinn J. TALLER DE FOTOGRAFÍA,

SEMINARIO DE PSICOLOGÍA, Tutota de la UNAD y Bienestar Familiar.

REPORTEROS COMUNITARIOS



**VISITA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE
VILLAVICENCIO “LA VOZ DEL LLANO”**



LA VOZ DEL LLANO



LA SUPER ESTACIÓN 98.3



ESTUDIO DE GRABACIÓN DE LA CADENA SUPER DE VILLAVICENCIO



VISITA CON LOS REPORTEROS A LA SEDE PRINCIPAL EN BOGOTÁ







VISITA A LA BIBLIOTECA LUIS ÁNGEL ARANGO EN BOGOTÁ



VISITA AL MINISTERIO DE COMUNICACIONES EN BOGOTÁ





ENCUENTRO DE LOS REPORTEROS CON LA DIRECTORA DE LA UNAD Y LA COORDINADORA DE LA FACULTAD DE C.S.H.E



ENCUENTRO DE TUTORIAS CON LOS REPORTEROS COMUNITARIOS Y LOS COORDINADORES DEL PROYECTO







