

**PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS EN LAS EMISORAS COMUNITARIAS  
DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN, EN EL MARCO DE LA  
SOSTENIBILIDAD, LA CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA Y EL  
DESARROLLO HUMANO, EN EL PERÍODO COMPRENDIDO ENTRE EL  
2007-2015.**

Luisa Alexandra Bernal Aponte & Natalia Andrea Godoy Toro

Asesor: Carlos Alfonso López Lizarazo

Universidad de Medellín.  
Facultad de Comunicación.  
Maestría en Comunicación  
2016

*A nuestros seres más queridos:*

*-Clara, Andrés y Cristian*

*-Aurora y Mario*

## **AGRADECIMIENTOS**

Este trabajo de tesis fue posible gracias a la colaboración y disposición distintos profesionales que acompañaron este proceso. En primer lugar, a nuestro asesor Carlos López Lizarazo por su enseñanza y confianza en el desarrollo de esta investigación.

Un especial agradecimiento a la especialista Alma Montoya por sus orientaciones y por compartir sus experiencias en comunicación comunitaria en el mundo.

## RESUMEN

El presente informe tiene como objetivo exponer el análisis de la relación entre la producción de contenidos y la sostenibilidad que adelantan las emisoras comunitarias en su aporte a la construcción de ciudadanía y al desarrollo humano en Medellín. Para ello, se tomó el periodo comprendido entre el 2007 y el 2015, aplicando una ruta metodológica enmarcada en un enfoque cualitativo, con carácter descriptivo y fundamentada en el análisis crítico del discurso, a una serie de emisiones de programas de cinco emisoras virtuales comunitarias, buscando constatar la incidencia de la sostenibilidad, entendida como un andamiaje que comprende lo social, lo económico, lo político y lo cultural, sobre los mensajes emitidos. Lo anterior, configura un proyecto político comunicativo cuyas dimensiones aportan a la construcción de ciudadanía. Los resultados y conclusiones conducen a una reflexión sobre la comprensión en torno a la sostenibilidad y al condicionamiento de sus dinámicas como medio, así como a la autogestión como empresa social sustentable.

Palabras Clave: industrias culturales, emisora comunitaria, sostenibilidad, producción de contenidos, construcción de ciudadanía y desarrollo humano.

## Tabla de Contenido

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	8
1.1 Justificación .....	8
1.2 OBJETIVOS .....	11
1.3 Supuestos .....	11
1.4 Metodología .....	12
1.4.1 Procedimiento .....	17
1.4.2 Categorías de investigación .....	23
<b>CAPITULO 2</b> .....	28
2.1 Marco Teórico .....	28
2.2 Marco Conceptual .....	32
<b>CAPITULO 3</b> .....	70
3.1 Mirada histórica a la Emisora Comunitaria .....	70
3.2 Estado de la Cuestión .....	88
3.2.1 México .....	94
3.2.2 Venezuela .....	95
3.2.3 Argentina .....	98
3.2.4 Chile .....	98
3.2.5. Colombia .....	101
<b>CAPITULO 4: RESULTADOS</b> .....	109
4.1 Presentación de las emisoras estudiadas: .....	109
4.2 Programación de las emisoras .....	122
<b>CAPITULO 5: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS</b> .....	124
5.1 Tópicos –Contexto-Emisora .....	124
5.2 Análisis de discurso .....	130
<b>CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES</b> .....	185
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	199
7.1 BIBLIOGRAFÍA .....	199
7.2 CIBERGRAFÍA .....	207
<b>ANEXOS</b> .....	209
1. Análisis crítico del discurso (ACD) .....	209
1.1 Dimensiones del discurso Van Dijk .....	210

2. Entrevista miembros de las emisoras (guión) .....	211
3. Dimensiones del discurso radiofónico.....	212
4. Conceptos.....	213
4.1 Conceptos clave .....	214
4.2 Fichas bibliográficas .....	215
5. Definiciones .....	218
6. Legislación .....	219
7. Resumen Entrevistas a Expertos.....	220
8. Línea del tiempo: La Radio en el Mundo .....	223
9. Investigaciones sobre Radio comunitaria.....	224
10. Redes Latinoamericanas de Emisoras Comunitarias .....	225
11. Tabla de síntesis inicial.....	226

### **Índice de Figuras**

FIGURA 1. Valores, principios y criterios de la emisora comunitaria. ....	39
FIGURA 2. Sostenibilidad .....	58
FIGURA 3. Dimensiones del desarrollo humano.....	64
FIGURA 4. Proyecto Político Comunicativo .....	69
FIGURA 5. Fundación de emisoras en América Latina.....	73
FIGURA 6. Línea del tiempo la Radio en Colombia .....	77
FIGURA 7. Fundación de emisoras en Colombia .....	79
FIGURA 8. Tópico Contexto Emisora.....	126
FIGURA 9. Mapa político de Medellín con la ubicación de las emisoras comunitarias	184
FIGURA 10 Gráfico porcentual de Financiación Institucional.....	186

### **Índice de Tablas**

TABLA 1 Categorías de Investigación.....	27
TABLA 2. Redes colombianas de emisoras comunitarias.....	92
TABLA 3 Presentación La Once Radio .....	113
TABLA 4 Presentación Morada Estéreo.....	115

TABLA 5 Presentación Voces de la 8 .....	116
TABLA 6 Presentación Contacto 10fm.....	119
TABLA 7 Presentación 4Bits .....	120
TABLA 8 Presentación Zona Radio .....	122
TABLA 9 Emisiones escuchadas .....	123

# CAPÍTULO 1

## 1.1 Justificación

La construcción histórica de las emisoras comunitarias en Colombia, tiene su punto de partida en la experiencia de Radio Sutatenza en el año de 1947, dada su contribución a la formación a población de sectores vulnerables, difundiendo conocimientos en diferentes áreas, lo cual se va a constituir en un servicio educativo legitimado por la comunidad y avalado a nivel internacional, ya que su modelo se va a retomar en distintos países. Esta experiencia se extendió hasta 1990.

Las herramientas que proporcionó este modelo radiofónico, han permitido que la comunidad se convierta en garante de la permanencia en el tiempo y en el territorio, de un proyecto político comunicativo tal como lo es la emisora comunitaria, desde la autosostenibilidad, entendida como la gestión integral que comprende lo social, lo organizacional y lo económico.

Este engranaje, requiere un rastreo y un análisis en el que se consideren la totalidad de los ámbitos. Sin embargo, a la luz de la pesquisa realizada por las investigadoras en torno a la producción científica sobre emisoras comunitarias, se logra encontrar un interés incipiente por conocer los elementos que influyen en la producción de contenidos desde una perspectiva económica. No obstante, esta dimensión no se define como sostenibilidad, sino como el factor financiero, el cual se aborda de manera superficial como uno de los elementos que intervienen en la producción de contenidos, pero al no ser el objetivo principal del estudio no se profundiza en su trascendencia en las dinámicas del medio.

Desde esta perspectiva, se hace necesario considerar la incidencia que tienen las dinámicas económicas, locales y nacionales sobre dicha gestión, de manera particular en los contenidos que se producen y en las estrategias que se emplean para emitirlos. Así, las emisoras comunitarias se podrían visualizar en el marco de la Industria Cultural, considerando su doble faceta como recurso económico enfocado a su máximo aprovechamiento y a la contribución al desarrollo económico y como fuente de identidad y cohesión, orientada a favorecer la creatividad y la diversidad.

Para la presente investigación, el objeto de estudio fueron las emisoras comunitarias de la ciudad de Medellín (Antioquia), surgidas entre los años 2007 a 2014. Durante estos años, los medios comunitarios en la ciudad de Medellín, van obteniendo un apoyo paulatino por parte de la administración municipal a partir de la alcaldía de Sergio Fajardo Valderrama, seguida por la de Alonso Salazar Jaramillo, a través de la participación de los ciudadanos en la administración del 5% de los recursos públicos, en el llamado Presupuesto Participativo.

A pesar de que ya existía un andamiaje legal que permitía la radiodifusión comunitaria, fue a partir del 2007 cuando se concretaron los proyectos de estas emisoras. Para el año 2011, en Medellín, se adjudicaron dos frecuencias en dos zonas de la ciudad para las emisoras La Esquina Radio 101.4 f.m., de la Asociación Palco y Zona Radio 88.4 f.m., de la Corporación Simón Bolívar. Por su parte la emisora Frecuencia Estéreo, de Corprado, con licencia otorgada desde el 2010, de los 88.4 f.m., empezó a registrar dificultades en su emisión debido a que el Ministerio de las TIC, asignó un dial a Zona Radio, que ya pertenecía a la emisora de Corprado. Si bien el problema se registró al Ministerio desde el 2012, aún se presenta la dificultad y la competencia para solucionarlo recae en esta entidad.

Lo anterior propició la apertura de nuevas emisoras, que pese a los obstáculos para obtener licencias para funcionar a través de una frecuencia, buscaron una alternativa para emitir por medio de la Internet. De este modo entre el 2011 y el 2014 surgieron cinco emisoras virtuales, entre las que se encuentran: La Once Radio, Contacto 10, Voces de la 8, Morada Estéreo y 4Bits radio.

Teniendo en cuenta los parámetros legales y teóricos que caracterizan una emisora comunitaria, este medio debe contribuir a la construcción de ciudadanía de la comuna en la que se encuentra ubicada, considerando la manera en que logran su sostenibilidad en el tiempo al establecer relaciones con la comunidad, con instituciones y con sus mismos miembros, permitiendo de esta manera su legitimación dentro de un grupo social particular.

Dichas emisoras se han llegado a configurar como un espacio alternativo de expresión ciudadana, en el que convergen las diversas miradas de distintas generaciones y

colectivos sociales, culturales y políticos, fundamentando buena parte de sus procesos en una democracia deliberativa en la que prima el debate y la construcción conjunta por encima del mismo asunto que los convoca. En este sentido, se puede considerar que la gestión integral entendida como los procesos que congregan a la comunidad e instituciones ciudadanas y que acogen actividades como semilleros, capacitaciones de emprendimiento o talleres de formación entre otros, que están atravesados por un marco axiológico orientado al reconocimiento de la otredad, se convierte en el medio y fin de la emisora comunitaria. Desde esta perspectiva, se puede entender cuán significativo es el valor agregado de estos medios comunitarios, para la construcción de una ciudadanía orientada hacia la legitimación de procesos incluyentes, autosostenibles y que contribuyan al fomento de la memoria colectiva.

La consolidación de las Industrias Culturales y Creativas a partir de la década de los 80's en América Latina, como consecuencia de los cambios socioeconómicos en el escenario internacional, en las manifestaciones culturales y en las redes de comunicaciones, propició una emergente participación ciudadana desde colectivos de comunicación comunitaria apoyados, en el caso de las emisoras, en las experiencias de las Escuelas Radiofónicas colombianas orientados a la democratización de la palabra. Las décadas siguientes, se convirtieron en una serie de obstáculos en la búsqueda de fuentes de sostenibilidad y legalización de los procesos de comunicación comunitaria, lo cual se reflejó en la producción de contenidos y en la respuesta que la ciudadanía tuvo frente a ellos. Estas dinámicas, llevaron a generar inquietudes en algunas de las investigaciones que se han desarrollado en el campo de la comunicación.

En la presente investigación se pretendió dar respuesta al siguiente cuestionamiento:  
¿Cuál es la relación entre la producción de contenidos y la sostenibilidad que adelantan las emisoras comunitarias en su aporte a la construcción de ciudadanía y al desarrollo humano en Medellín?

## 1.2 OBJETIVOS

En este sentido, la fundamentación para la respuesta a esta pregunta problémica, estuvo orientada mediante los siguientes objetivos:

### **Objetivo General:**

Analizar la relación entre la producción de contenidos y la sostenibilidad, que adelantan las emisoras comunitarias en su aporte a la construcción de ciudadanía y al desarrollo humano en Medellín.

### **Objetivos específicos:**

- Identificar la estructura organizativa y financiera que emplean las emisoras ciudadanas, frente a la gestión de contenidos.
- Categorizar los tipos de productores, discursos, temáticas y públicos, involucrados en el proceso de creación de los contenidos de las emisoras ciudadanas
- Caracterizar las visiones que las emisoras ciudadanas tienen frente a la construcción de ciudadanía y a su aporte a la calidad de vida en Medellín.
- Interpretar las estrategias de comunicación que implementan las emisoras ciudadanas, para la promoción del desarrollo humano de Medellín.

## 1.3 Supuestos

Para realizar el análisis propuesto en el presente estudio, han surgido los siguientes supuestos, que giran en torno a la incidencia que tiene la sostenibilidad sobre la gestión y producción de contenidos.

El factor financiero es determinantes en la generación de contenidos de las emisoras comunitarias, y por ende en el abordaje de los temas, en lo referido a su contribución a la ciudadanía, al desarrollo humano y al empoderamiento de la comunidad. Cabe aclarar que al iniciar la presente investigación se pretendía indagar acerca de la incidencia del factor financiero en la programación de estos medios, no obstante en el proceso de documentación se pudo constatar que el concepto *financiación*, desde el contexto de este proyecto político comunicativo hace de parte de un engranaje conocido como *sostenibilidad*, que si bien retoma el ámbito económico también en él se

inscriben aspectos que conciernen a lo comunicacional, lo político y todo aquello referido a la dinámica organizacional.

No todas las emisoras comunitarias, que se reconozcan como comunitarias lo son, según su proceder y su relación con la comunidad. Por lo anterior las emisoras comunitarias conciben la sostenibilidad únicamente desde el ámbito financiero, reducido a los dineros que pueda recibir en su mayoría de entes gubernamentales.

#### **1.4 Metodología**

Con el fin de forjar la ruta metodológica esta investigación se desarrolló en tres etapas: exploratoria, descriptiva y correlacional, las cuales corresponden a la construcción de cada uno de los capítulos de la investigación, enmarcada en un enfoque cualitativo y con un carácter descriptivo. Respecto a la fase correlacional, se aplicó el método del análisis crítico del discurso, teniendo presente que el objeto que se estudió en esta investigación, se abordó desde la producción de los contenidos y la emisión de estos. De este modo se hace necesario la implementación de este método para estudiar los elementos lingüísticos y no lingüísticos de los mensajes, articulados a la plataforma estratégica organizacional, sus intereses, sus contribuyentes financieros y al contexto en el que se insertan los mensajes. Así, el análisis crítico del discurso se convierte en el análisis de una práctica social, y en este orden de ideas analizar el discurso es analizar una forma de acción social.

La fase exploratoria está constituida por un proceso de indagación acerca de la historia de la radio en Colombia y su incidencia en los procesos de formación ciudadana, en la consolidación de grupos mediáticos y en la influencia ideológica ejercida desde entes gubernamentales. Así mismo, en esta se retomaron distintos tipos de investigaciones que se han realizado en los ámbitos local, regional, nacional e internacional, relacionadas con el objeto de estudio, que en este sentido son las emisoras comunitarias de la ciudad de Medellín. Se tomaron en cuenta investigaciones fundamentadas en la construcción de ciudadanía, en aspectos referentes a la sostenibilidad y a la producción de contenidos, de nivel de pregrado y de posgrado, así

como estudios realizados por redes de medios comunitarios, organismos multilaterales, entes no gubernamentales y expertos en el campo de la comunicación comunitaria. Se implementaron instrumentos diseñados por las investigadoras tales como líneas de tiempo, redes de ideas, mapas mentales, cuadros de identificación de redes de emisoras comunitarias y esquemas.

En la fase descriptiva, se llevó a cabo una recolección de una serie de definiciones y apreciaciones, contenidas en manuales institucionales, entrevistas a expertos y textos de comunicación comunitaria, en lo referido a categorías conceptuales como:

- Emisora comunitaria, sus características, y organización.
- Construcción de ciudadanía y sus distintas etapas.
- Sostenibilidad, ámbitos e implicaciones, en la producción radiofónica.

Para organizar dicha información, se implementaron esquemas y fichas bibliográficas (Para ampliar ver Anexo 4.1 Fichas Bibliográficas), que permitieran visualizar los puntos de convergencia y divergencia entre los distintos autores e investigadores en el objeto de estudio, que compete a esta investigación. Para la identificación y descripción de cada emisora, se acudió al instrumento diseñado por Acosta & Garcés (2013). A dicha ficha, se le hicieron adaptaciones con el fin de que correspondiera con la información necesaria para la investigación. De este modo, se consideraron aspectos como la comuna en la que se ubica la emisora, su estructura organizacional, la filiación o pertenencia a alguna corporación, institución, fundación o asociación, el público específico al que se dirige, su año de creación, entre otros.

Dentro de esta fase, también se realizó la selección de programas de la parrilla de cada emisora, para ser escuchados a la luz de las categorías conceptuales previamente mencionadas, retomando fragmentos puntuales de cada uno de ellos, cabezotes, cortinas y perfiles de los invitados y conductores, al igual que factores estructurales como la edición, la calidad del sonido y el acceso a ellos por parte de la comunidad. A partir de la información recolectada de cada programa, se establecieron variables, que al ser leídas en un cuadro de acuerdo a la emisora y al programa y patrocinador, se pudieron establecer puntos en común y de diferencia.

Las variables establecidas fueron:

- Calidad sonido/edición.
- Apoyo/financiación.
- Participación de la comunidad.
- Cortina/pieza de apoyo.
- Presencia institucional.
- Locutor/moderador.

Estas variables, serán ampliadas en el apartado titulado Resultados.

En la fase correlacional, se analizaron los programas, fragmentos escogidos y elementos propios de la sostenibilidad y la construcción de ciudadanía, a partir de herramientas propias del análisis del discurso, planteadas por el lingüista Van Dijk(1994) y Mata & Scarafia (1993) referidas a las estructuras, funciones, multidisciplinariedad y dimensiones del discurso, en este caso, radiofónico. Igualmente, la investigación se apoyó en los estudios de Meyer & Wodak ( 2003) para trabajar las nociones de crítica, ideología y poder, con el propósito de establecer unos instrumentos de análisis para develar las ideologías presentes en los discursos.

La ruta metodológica de esta investigación fue el A.C.D. La investigación, tomó como referente contenidos, estructuras organizativas e incluso entrevistas desde los actores cotidianos de la radio. (Ver Anexo 1 Tabla A.C.D.)

Retomando lo anterior, se le da relevancia a los estudios desarrollados por Van Dijk, en relación al Análisis Crítico del Discurso, ya que ha sido el precursor de la promoción de la participación del análisis del discurso en debates sociales, considerando el todo de la pieza discursiva, y no oraciones aisladas. Bajo esta mirada, los discursos están permeados por ideologías de un grupo social que oprime a otro, por lo tanto, tomando en cuenta esta dimensión crítica, las investigaciones orientadas por esta metodología deben estar al servicio de quienes más lo necesiten.

Desde el desarrollo teórico del Análisis Crítico del Discurso (A.C.D.) de Van Dijk,

se permite identificar qué tipo de noticias llegan a las comunidades cotidianamente, la relevancia que se les otorga en el medio y en los entes de poder, frente a problemáticas polémicas o que puedan representar controversia y movilización social. Desde esta perspectiva, el individuo se apropia de herramientas que comprenden tanto la estructura del discurso, las estrategias que el emisor emplea para persuadir al receptor y los elementos contextuales que condicionan la situación comunicativa, esto le permite hacer un reconocimiento del trasfondo del discurso, y de esta manera proyectar a un ciudadano, autónomo cuyo pensamiento crítico lo lleve a emanciparse y a generar discursos fundamentados en su propia visión del mundo, así se busca contribuir a la resistencia y a la solidaridad de los distintos grupos sociales. De este modo, se pretende evidenciar cómo el discurso contribuye a la reproducción, abuso de poder y dominación. Las élites, el Estado, o voceros de sectores productivos, son representaciones que controlan el discurso público como recurso para mantener su status quo. A través del A.C.D. es posible comprender las estrategias de manipulación y dominación de estos grupos, que tienen un control específico sobre las alocuciones públicas, para lograr una manufacturación del consenso Van Dijk (1994) señala que será por medio de la persuasión. De acuerdo con lo anterior, para la comprensión de los mecanismos de poder, existe un instrumento de investigación conocido como A.C.D. (Ampliar en Anexo 1.1 Dimensiones del discurso)

Desde el análisis crítico del discurso que propone Van Dijk, se dilucida un carácter sociocognitivo, pues se evidencia un interés en el discurso como acontecimiento comunicativo y cuyo significado está estrechamente ligado al contexto. En este sentido se va a hablar de la relación existente entre discurso, cognición y sociedad. De este modo, hablar de análisis del discurso implica paralelamente un análisis cognitivo, social y político.

Desde el análisis crítico se establece que tanto el contexto como el texto requieren ser diferenciados, es decir en un primer momento se requiere examinar a los participantes, el tiempo, y el lugar de la situación de producción del discurso, esto se denominará contexto. Por otro lado, se puede partir del texto tanto escrito como hablado e incluir desde las propiedades y categorías hasta las estructuras de interacción.

Por lo anterior, Van Dijk establece desde el *Control del contexto* dos elementos para resaltar. Por un lado se encuentra *la selección de turnos, distribución de papeles*. En este primer momento, se determina quién puede hablar de un tema determinado, a quién dirigirse o incluso de qué manera hacerlo; para el mismo efecto, quién inicia la conversación, quién la continúa y quién la concluye y por otro lado está el *acceso diferencial a los actos de habla*, pues quien tiene el poder es en realidad quien determina el género que se empleará, así el acceso a los géneros cambia y es evidente que no todos cuentan con un acceso libre a los discursos. Por consiguiente quien posee el control del género, también lo tiene sobre los actos de habla.

*El control del texto*, se establece desde las estructuras de superficie; así por ejemplo se toma en cuenta *el control de la entonación*, el cual cobra un carácter primordial desde el discurso oral, ya que un grito o un susurro, pueden resultar como definitorios en la legitimidad de la autoridad, sin embargo no es fácil establecer dicha legitimidad, pues no siempre quienes poseen un nivel jerárquico, suelen emplear el abuso de poder usando un tono elevado.

*El control de las estructuras del tema* suele presentarse de manera más asible, en tanto se pueda establecer de qué se habla o qué limitantes pueden presentarse. No se descartan las limitaciones que para cada temática existen, pero dado el contexto, es factible la identificación de los temas tratados. A lo anterior se suma *el control de la estructura sintáctica*, al dilucidar el orden de la aparición en las secuencias oracionales, pues esto indica la focalización o descentralización de los temas según los intereses del hablante, el papel que reclama y la descripción positiva o negativa del mismo.

Para la difusión de los prejuicios, *el control de las estructuras* resulta ser fundamental, pues según la importancia de los temas difundidos en los grupos dominados serán atendidos. Desde ésta óptica si el tema no es importante, pasa a un segundo plano. *El control de las superestructuras* evidencia cómo por ejemplo en las noticias existe una estructura fija, unas categorías, en casos como los titulares, la información del resumen o la tipología textual con la que se dé a conocer el evento, se hace latente tal aspecto. En cuanto a la conversación están la toma de turnos, las normas de cortesía y la misma organización de la oración, la coherencia semántica que se basa en los niveles de cognición y los conectores, entre otros aspectos. A esto se suma *el nivel léxico*, el

cual es el más controlado dentro del esquema lingüístico al adherirse en la selección de términos empleados en las intervenciones lingüísticas.

Tras la selección de enunciados y expresiones, se manifiesta un *nivel de especificidad y grado de completud del texto*, pues en algunas ocasiones se hacen expresiones detalladas, específicas y focalizadas; sin embargo hay espacios en los que se visualizan los aspectos globales, sin minuciosidad ni descripciones específicas.

Por último se encuentra *el control de las formas retóricas*, en el empleo de metáforas, comparaciones e hipérboles, sin descuidar que algunos de estos recursos adquieren mayor utilización según los aspectos sociales y el propósito persuasivo.

### **1.4.1 Procedimiento**

En busca de un análisis que integrara prácticas discursivas y sociales, se ha logrado un derrotero metodológico, integrando la búsqueda de datos y el análisis de los mismos, que han sido fragmentados en tres fases<sup>1</sup>:

#### **1) Primera fase: Análisis de la práctica discursiva y social**

En esta primera etapa se realizaron los siguientes pasos:

- Caracterización del contexto político, social y económico.
- Descripción de la ubicación de los medios periodísticos estudiados (emisoras comunitarias).
- Abordaje de cuestiones relacionadas con las características del registro y del género, el formato y demás aspectos de las emisoras seleccionadas, teniendo en cuenta conceptos de intertextualidad e interdiscursividad.

#### **2) Segunda fase: Análisis de la práctica textual y discursiva**

Se analizaron los datos lingüístico-discursivos a partir de las siguientes acciones:

- Reconocimiento y especificación de tópicos.
- Descripción de procedimientos y recursos lingüísticos y discursivos. Entre ellos se destacan:
  - procesos verbales.
  - agentes y circunstancias: modos de nombrar

---

<sup>1</sup> ROMANO, M.B. , 2011. *Análisis gramatical, discursivo y crítico de noticias acerca del escándalo político en prensa escrita argentina*. Las fases desarrolladas en este estudio sobre la prensa argentina, se retomaron para la presente investigación sobre emisoras comunitarias en la ciudad de Medellín, haciendo la salvedad de que se realizaron adaptaciones de acuerdo con las necesidades de la investigación.

- tematización
- recursos polifónicos
- actos de habla, implícitos y presuposiciones.
- estrategias discursivas.

### **3) Tercera fase: Análisis de la práctica social (análisis crítico)**

En esta etapa, se completa el análisis crítico de los discursos seleccionados desde una dimensión explicativa. Los pasos que guiaron el análisis fueron:

- Identificación de *frames* generales y específicos y representaciones sociales. Los *frames* o marcos interpretativos están sostenidos por ideologías y representaciones sociales. A su vez, las representaciones sociales, como productos cognitivos y comunicativos, pueden estudiarse teniendo en cuenta los enfoques seleccionados para vertebrar las locuciones.
- Especificación de relaciones entre posicionamientos ideológicos y opciones discursivas teniendo en cuenta los conceptos de representaciones sociales, poder e ideología.

Dentro del A.C.D., es fundamental esclarecer las nociones de crítica, ideología y poder en relación al discurso y a los sujetos que son quienes finalmente hacen de él, un texto vivo.

Desde la perspectiva de Meyer & Wodak (2003) plantean que la crítica dentro de esta metodología se alcanza al asumir distancia respecto a los datos, para centrarse en la autocrítica adoptando una postura política, enmarcada en un contexto con diversas dinámicas sociales y manifestaciones de ellas. De este modo, se puede identificar, en el marco de la ideología, formas y procesos en los que circulan símbolos que construyen y reconstruyen constantemente el significado de las relaciones de poder, que a su vez se despliegan en distintos escenarios, y que son mediadas por el lenguaje presente en diferentes instituciones sociales.

Meyer & Wodak ( 2003) “De una forma más o menos informal, podemos considerar que la unión de las dimensiones cognitiva y social del triángulo (discurso-cognición y sociedad) define el contexto relevante (local y global) del discurso” (p.147)

Ante esta perspectiva de ideología directamente vinculada con relaciones de poder desiguales y opresoras, se presenta el A.C.D., como generador de ilustración y emancipación, al tratar de otorgarle comprensión al trasfondo de los discursos que desde distintas esferas presentes en la dinámica sociedad civil y Estado, determinan patrones de comportamiento y procesos de legitimación de proyectos políticos y económicos.

Esto, permite entonces explicar cuál es el objetivo central del ACD y sus premisas frente al poder y al lenguaje. Este objetivo se argumenta desde el postulado de que el lenguaje carece de poder propio, pues lo obtiene a partir del uso que las personas poderosas hacen de él. Por esto, se enfoca especialmente en la intertextualidad y la recontextualización de los discursos que compiten por el poder dentro de distintas estructuras.

Los analistas críticos del discurso pueden estar más interesados en aquellas estructuras de texto o de conversación que estén mucho menos sujetas al control consciente de los hablantes (o que sean menos controlables), como la entonación, las estructuras sintácticas, las estructuras preposicionales, las figuras retóricas, así como muchas de las propiedades de la conversación espontánea, como los turnos de palabra, las objeciones, las pausas, los titubeos y demás. Por regla general, estas diversas «formas» no expresan directamente ningún significado subyacente, y por lo tanto, tampoco expresan creencias. Señalan más bien las propiedades «pragmáticas» de un acontecimiento comunicativo, como la intención, el estado de ánimo que lo inspiró. (Meyer & Wodak, 2003, p.158)

El lenguaje, se relaciona con el poder en tanto lo clasifica, expresa, desafía y altera su distribución e incidencia. Respecto a esta última, se plantea que mientras un discurso surja desde un grupo diferente al de las élites, y transporte un saber que nutra la conciencia colectiva, podrá transformar la acción comunitaria e individual, para formar o

moldear la realidad. Así, será fundamental realizar tanto una caracterización general de las condiciones externas del discurso y de los productos del mismo, como la pertenencia a un hilo discursivo, frente a un público, a una ideología y a una intencionalidad.

En lo referido a la dinámica interna de cualquier discurso que se analice, se retoma el aspecto estructural de diseño, estrategias y recursos discursivos, así como el llamado análisis fino o crítico, frente a las esferas sociales que toca a los actores e instituciones que involucra a los contextos a los que remite y a los paradigmas y representaciones sociales que se puede resignificar o consolidar desde los argumentos y planos discursivos.

A continuación se describirá la manera como la metodología explicada, se implementó, tomando como objeto de estudio las emisoras comunitarias de la ciudad de Medellín: Para el período de 2007 a 2014, se registra la existencia de ocho emisoras comunitarias, tres con dial –Zona Radio, Frecuencia Estéreo y La Esquina Radio- y las cinco restantes de carácter virtual-La Once radio, Voces de la 8, Contacto10.fm, 4Bits y Morada Estéreo.

A través del ejercicio de identificación, se buscó constatar que realmente los contenidos de su parrilla atendieran a los elementos consignados en la legislación respecto a las características y elementos propios de una emisora comunitaria. Igualmente, se hizo necesario contar con la autorización de las directivas de la emisora, para llevar a cabo entrevistas, acceder a sus contenidos y conocer sus instalaciones. En el siguiente capítulo, se dará a conocer cuáles fueron las emisoras a las que se pudo acceder y que cumplían con los requerimientos, así como aquellas que se descartaron.

En el primer encuentro con los directivos de las emisoras, se llevó a cabo una entrevista semiestructurada, previamente autorizada en la que se preguntó acerca del perfil del entrevistado, la estructura organizativa, contexto de formación y desarrollo de la emisora comunitaria, la producción y gestión de contenidos de la parrilla en relación

con la comunidad y por último la sostenibilidad referente a las fuentes, administración de los recursos y a la presencia e influencia de la administración municipal u otro tipo de instituciones .

De manera simultánea, se hizo una observación de los espacios externos, identificando características relacionadas con el estrato socioeconómico, con la población y el paisaje sonoro, entre otros elementos. Así mismo, se indagó la infraestructura de la sede de la emisora, teniendo en cuenta los espacios y equipos destinados para la producción radial, el uso de distintos ambientes para otro tipo de actividades relacionadas con la comunidad y quiénes habitan cotidianamente el espacio.

En la entrevista, se pudo obtener información acerca del perfil radiofónico de la emisora, del público al que están dirigidos los mensajes emitidos, el tipo de vinculación con alguna fundación, corporación, asociación u organización, su posición frente al papel que ha desempeñado la administración municipal con respecto a la promoción de la comunicación comunitaria en la ciudad y las estrategias de comunicación. Estos aspectos se ampliarán más adelante. (Para complementar esta información ver Anexo 2 Entrevista a miembros de las emisoras)

Posteriormente, se estudió la parrilla de programación y se escogieron programas cuyo contenido apuntara a la participación y construcción de ciudadanía, tomando en cuenta el planteamiento de Irizar ( 2007) , donde se establece que para construir ciudadanía se deben tomar en cuenta la promoción del protagonismo de ciudadanos responsables del cambio, la relevancia de distintos tipos de comunidades y la consolidación de las libertades a través de proyectos cívicos o ciudadanos, orientados a la creación de sentido y a la autorrealización de la identidad, como factor determinante para la nueva ciudadanía en la cultura.

Tanto este concepto, como el de sostenibilidad, fueron el marco de referencia para retomar episodios y fragmentos de los programas escogidos, durante las sesiones de escucha, los cuales fueron consignados en una tabla de síntesis inicial, que además

está compuesta por aspectos como el nombre del programa, los responsables, el fragmento y tiempo elegido y las observaciones desarrolladas por las investigadoras. Esta información permitió a su vez identificar variables en la globalidad de los programas, que atendían a componentes relevantes dentro de la producción y gestión de contenidos como el rol del locutor, ya sea como moderador o conductor, presencia institucional, apoyo y/o financiación, la calidad del sonido y la edición y piezas de apoyo y cortinas, estas fueron compiladas en una tabla que se podrá observar en los anexos.

Todos estos indicios permitieron decantar los discursos radiofónicos, para elaborar el ACD apelando a los teóricos mencionados previamente. En cuanto a las dimensiones del discurso radiofónico, se contemplaron las siguientes:

**Dimensión referencial:** En este primer momento se alude a lo verbal y a lo acústico considerando unas categorías que abarcan temas, ítems, fuentes, ámbitos en relación a los hechos, actores de la noticia y la temporalidad.

**Dimensión estructural:** En esta, se hace énfasis en la programación radiofónica desde la oferta comunicativa, el público prefigurado y el perfil radiofónico.

**Dimensión enunciativa:** Se caracteriza por dos Modos de aparición, el del destinatario y del enunciador de manera directa e indirecta.

- Modos de aparición del destinatario: En los directos se hallan la apelación, las referencias y las preguntas. Los indirectos se fundamenta en el lenguaje especializado dependiendo del público.
- Modos de aparición del enunciador: En los directos están las formas de nombrar, el léxico, los sustantivos, adjetivos, verbos, adverbios, el contexto y los juicios y sentencias. En los indirectos se develan estrategias de posicionamiento, persuasión, legitimación y verosimilitud, las expresivas y las educativas. (Mata & Scarafia, 1993, p.32)

Este desarrollo teórico demuestra la trascendencia del ACD, hacia discursos radiofónicos, que si bien podrían emitirse desde cualquier otro medio, al expresarse

desde la radio, evidencian particularidades como imágenes acústicas. (Ver Anexo 3 Dimensiones del discurso radiofónico)

Esto se concreta al analizar de manera puntual dentro de las intervenciones de los participantes en los programas seleccionados, aspectos como la apropiación de las temáticas abordadas, la preparación del guión, la relevancia que se le da al interlocutor y el paisaje sonoro utilizado para reforzar los mensajes emitidos.

Este capítulo comprende la contextualización y caracterización de cada una de las emisoras. Es así como las condiciones socioeconómicas de los territorios en los que se constituyeron estas emisoras fueron fundamentales para notar los factores de incidencia social, a través de sus contenidos, y de las actividades que llevan a cabo como organización social.

En cuanto a la dinámica interna de cada una de estas organizaciones, se tomaron en cuenta aspectos referidos a la cultura corporativa, es decir, al organigrama, la misión, visión, valores, logo, slogan y la vinculación con otro tipo de organizaciones.

Por otra parte se reseñaron algunos elementos relevantes de la parrilla de programación de cada emisora, que involucraban componentes tanto internos como externos, en otras palabras, el proceso de la comunicación siempre va a estar inmerso dentro de cierta situación comunicativa que incluye tanto el tipo de población, sus particularidades, e incluso la ubicación geográfica.

#### **1.4.2 Categorías de investigación**

En el marco del desarrollo de los objetivos específicos 1 y 2 se propone evidenciar la sostenibilidad de las emisoras comunitarias de la ciudad de Medellín, en relación con la producción de contenidos; además se propone un análisis de los tipos de productores, discursos, temáticas y públicos, involucrados en el proceso de creación de los contenidos de las emisoras comunitarias.

Dentro de la dinámica de construcción de ciudadanía, en relación con la sostenibilidad se han establecido seis categorías que conducen a describir propiedades o

características específicas de cada emisora que a su vez son recurrentes y que evidencian que realmente se pueden denominar medios comunitarios.

La primera categoría establecida corresponde a **la participación de la comunidad**, en ella se retomó el perfil de quienes participan de los programas y el tipo de diálogo que se entabló con ellos, buscando identificar si tomaban en cuenta las necesidades, problemáticas o aspectos para resaltar de la comunidad, por parte de sus mismos miembros. Igualmente se buscó encontrar la manera en que los miembros de la comunidad hacían parte del proyecto comunicativo y de la construcción de imaginarios comunitarios.

En este punto también se incluyó como categoría **el rol del locutor, ya sea como moderador o conductor**, puesto que en las emisiones de algunos programas asumía una posición sesgando el contenido y su interpretación.

De la misma forma surgió la categoría de la **presencia institucional** que condujo a observar la influencia de organismos estatales y comunales en la gestión de recursos y la producción de contenidos.

Otra categoría fue el **apoyo y/o financiación**, la cual no debe ser confundida con el concepto de sostenibilidad pues el aspecto financiero es apenas uno de sus elementos, pero no abarca su fundamento conceptual. Para el caso de la presente investigación, se tomaron en cuenta el apoyo financiero de instituciones estatales y privadas, con o sin ánimo de lucro pues esto repercute en las características de la programación en lo referido a los invitados, las discusiones que se entablaron en las distintas franjas e incluso hasta la música y piezas de apoyo que se usaron. Así se pudo evidenciar qué vínculos se establecían con la comunidad y qué contribución se hacía a la construcción de ciudadanía y a sus respectivos estadios, como se explicaron previamente.

Una categoría más retomada para la descripción fue **la calidad del sonido y la edición**, pues para la elaboración de un programa radial la forma y el contenido requieren claridad y desde esta perspectiva, cobran una importancia fundamental. Bajo la perspectiva de García (1991, citado en Rodríguez 1998), los redactores de radio no han tomado consciencia de la importancia de la calidad del sonido como vehículo transmisor de las informaciones que se elaboran dentro del medio radiofónico. Es por ello que se han tenido en cuenta baches, silencios innecesarios, claridad y calidad del sonido e incluso el montaje para llegar a la audiencia.

Para los Ministerios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de Cultura de Colombia, (2010) es necesario identificar y trabajar por lograr los estándares mínimos de calidad que garanticen la producción de piezas comunicativas pertinentes con las realidades sociales y coherentes con los principios y criterios de las emisoras comunitarias.

En consecuencia, las emisoras tienen un desafío concerniente a la calidad, el servicio y el producto al pretender incidir con propiedad en la comunidad. Igualmente la emisora comunitaria debe disponer de información que le permita reconocer los cambios sociales y tecnológicos que propicien el avance de la comunicación comunitaria, esto con el fin de asimilarlos y por ende, ser más eficaz en el cumplimiento de su misión.

En esta investigación, a esta categoría se le asignó una calificación en una escala de 1 a 5, siendo 1 la menor calificación y 5 la mayor. Cada una de las valoraciones corresponde de la siguiente manera:

1. Muy mala calidad/ muy mala edición.
2. Mala calidad/mala edición.
3. Regular calidad/regular edición.
4. Buena calidad/buena edición

Desde esta perspectiva, se contó igualmente con el análisis de las **piezas de apoyo y cortinas** empleadas en cada programa y emisión, ya que se han reconocido como parte de la muestra al establecer que, a la par del cómo se dice, el contenido de las cortinas revela elementos relacionados con la sostenibilidad.

Al analizar estas categorías, se buscó dar una mirada integral en la que se valoraron aspectos de fondo y forma, pues teniendo presente que estos corresponden no solo a los contenidos que se emiten, sino también a la manera en que se emiten.

A continuación se presenta el esquema elaborado por las investigadoras en el que se relacionan cada una de las categorías con los elementos que corresponden a cada una de las emisoras:

<b>EMISORA/ VARIABLES</b>	<b>CONTACTO 10</b>	<b>MORADA ESTÉREO</b>	<b>4BITS</b>	<b>VOCES DE LA 8</b>	<b>LA ONCE RADIO</b>
<b>Calidad sonido/Edición</b>	2/3	2/2	3/3	2/2	3/3
<b>Apoyo/financiación</b>	Fundación SUMAPAX, PP, UdeA	Fundación Casa de las Estrategias, Alcaldía de Medellín, Red Ciudad	PP	Alcaldía de Medellín, Corporación Surgir, Secretaría de salud, PP, PDL, Secretaría de participación ciudadana, CEDAC	PP, ASSISI
<b>Participación comunidad</b>	Invitados varios, entrevistas	Chat, invitados varios, entrevistas, diálogos		Invitados varios, entrevistas, diálogos	Invitados varios, entrevistas, diálogos
<b>Cortina/Pieza de apoyo</b>	Canción intro protesta, piezas de Radialistas Apasionados, cabezote intro y cabezote crítico	Canción intro protesta, cabezote intro, cabezote crítico, música variada	Cabezote institucional, música de fondo	Cabezote intro, música de fondo	Cabezote intro, música de fondo
<b>Presencia institucional</b>	Ediles, Secretaría de la mujer	No se evidencia en los programas escuchados	Secretaría de participación ciudadana, Secretaría de arte y cultura, Edil comuna 4, Presidente Asocomunal	Secretaría de salud, Secretaría de arte y cultura	No se evidencia en los programas escuchados
<b>Locutor/Moderador</b>	Modera, toma posición	Modera, toma posición	Modera	Modera, toma posición	Modera

TABLA 1 Categorías de Investigación  
Fuente: Elaboración propia

**Convenciones:**

PP: Presupuesto Participativo.

PDL: Plan de Desarrollo Local

UdeA: Universidad de Antioquia

CEDAC: Centro de Asesorías y Consultorías especializadas

## **CAPITULO 2**

Teniendo presente la importancia de conocer los conceptos que enmarcan y definen a una emisora como comunitaria, se hace necesario establecer un panorama de los elementos que fundamentan su desenvolvimiento como medio. En esta dinámica, este apartado pretendió evidenciar el nexo conceptual que se plantea en la pregunta investigación, entre las categorías de sostenibilidad, construcción de ciudadanía y desarrollo humano. Para ello, las investigadoras construyeron esquemas que demuestran dicho vínculo, el cual se constituye como el fundamento teórico de los análisis y las conclusiones que se exponen en los apartados finales. A continuación se desarrollarán el Marco Teórico y conceptual que dan cuenta de dicho panorama.

### **2.1 Marco Teórico**

La incidencia de los medios de comunicación comunitarios en las dinámicas sociales, ha sido un tema de estudio desde finales de la década de los 80`s hasta lo que va corrido del siglo XXI, sobre todo en América Latina. Para la década de los 60`s, los teóricos de la comunicación, así como sociólogos, antropólogos, entre otros científicos sociales, rechazaron el paradigma de comunicación impuesto por la escuela estadounidense, considerando que estaba en gran medida regulado por intereses económicos.

La necesidad de que se estableciesen medios en la región, con una identidad y proyección que respondiese a las demandas de la población y en los que se pudieran reconocer e identificar, desde sus puntos de encuentro y particularidades, fue la causa central para la formación y consolidación de la Escuela Latinoamericana de Comunicación. (ELACOM).

La ELACOM, busca establecer una relación de reciprocidad entre el emisor y el receptor, desde el fácil acceso a los medios y la participación activa en los mismos. Desde el principio, estuvo fuertemente influenciada por la teología de la liberación y la

Escuela de Frankfurt. La ELACOM, es quien acuña el concepto de comunicación popular.

La comunicación [popular] es un proceso, lo que implica comulgar intereses, poner el común e interactuar en las dinámicas de organización y acción colectivas, en un ambiente de constantes cambios en las costumbres y valores culturales, o sea de un proceso de construcción de sentido [incluyente] de nuevas perspectivas de acción ciudadana. (Krohling , S.F. en línea)

Entre los fundadores y miembros más reconocidos de esta Escuela se encuentran:

*Luis Ramiro Beltrán*, periodista y cineasta boliviano. Ha sido considerado como el fundador de la ELACOM, participó de la definición teórica del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) de la UNESCO. Uno de los mayores críticos de la influencia norteamericana en la comunicación, al interpretarlo como intento de dominio económico.

*Néstor García Canclini* ha discutido acerca de la hibridación e interculturalidad, lo cual ha definido como procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas.

*Jesús Martín Barbero*, por su parte, ha dado un aporte significativo al estudio de la comunicación, en la medida en que ha desarrollado, en sus escritos, la relación entre la cultura, la comunicación y la movilización social. Ha intentado, desde símbolos como la telenovela y el cine, caracterizar la cotidianidad latinoamericana.

En este contexto emerge la *Comunicación para el cambio social*, la cual tiene sus raíces en las transformaciones de mediados del siglo XX, nombrada entonces como *Comunicación para el Desarrollo Social*. Esta última, se manifestó en dos vertientes, una tendiente a la modernización, valiéndose de las estrategias de información implementadas por Estados Unidos y afirmando que la información y el conocimiento son en sí factores de desarrollo. En contraposición a esta, surge una vertiente que defendía la comunicación nacida para las luchas sociales anticoloniales y

antidictatoriales, en auge en América Latina y África, caracterizada por afirmar que el subdesarrollo no solamente se genera a partir de la carencia de información y de conocimiento, sino que son estructurales, es decir relacionadas con el sistema económico imperante. Además promueve la consecución de cambios sociales colectivos a través de acciones de comunicación desde las comunidades, no para las comunidades.

La Comunicación para el desarrollo fue impulsada por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), mediante la promoción de un modelo institucional y vertical, a través de flujos de intercambio de conocimiento e información entre comunidades, expertos e instituciones y por medio de la tecnología apropiada, desde el punto de vista institucional. Debido a este tipo de intercambio, el concepto siguió en proceso de transformación y redefinición y surge para el año de 1997 la *Comunicación para el cambio social (CCS)*, a través de un informe presentado por la Fundación Rockefeller, el cual analizaba el impacto y sostenimiento en el tiempo de las iniciativas en comunicación, que la fundación apoyaba, así como la necesidad de generar un diálogo entre espacios públicos y privados en colectivos, orientado al fortalecimiento comunitario y al incremento de la eficiencia de los espacios de comunicación de la misma.

La CCS, se diferencia de la Comunicación para el desarrollo en la promoción de un diálogo horizontal comunitario que respeta la cultura y las tradiciones locales, sin someterse al criterio impuesto desde instituciones o grupos de expertos.

La CCS se fundamenta en una serie de premisas que permiten que se genere un proceso de transformación vivo y de gran impacto en la comunidad. Ellas son:

- a) La sostenibilidad de los cambios sociales es segura cuando hay apropiación.
- b) Se debe ampliar la voz a los más pobres y tener como eje contenidos locales.

- c) Las comunidades son agentes del cambio.
- d) Se promueve el diálogo y la negociación desde el seno de la comunidad.
- e) Los resultados van más allá de los individuos, tomando en cuenta normas sociales y políticas vigentes.
- f) Se promueve el fortalecimiento de la identidad cultural.
- g) Promueve el proceso cíclico de interacciones entre el conocimiento compartido por la comunidad y la acción colectiva.

A su vez, estas siete premisas se manifiestan bajo cinco condiciones necesarias en el proceso de CCS:

- a) Participación comunitaria y apropiación.
- b) Pertinencia e interacción cultural en el marco del respeto y la equidad, sin ignorar las particularidades de la lengua.
- c) Generación de contenidos locales, rescatando el saber acumulado por generaciones y promoviendo el aprendizaje por medio del diálogo.
- d) Uso de la tecnología apropiada de acuerdo a las necesidades, de manera que se promuevan procesos y no instrumentos.
- e) Constitución de redes y convergencias entre procesos similares. (Gumucio, 2011,P.33,34)

Tomando en cuenta este planteamiento y acorde a los argumentos presentados anteriormente, frente al significado de ciudadanía es pertinente traer a colación el concepto de *Ciudadanía comunicacional* propuesto por Washington Uranga. Según este, se define como aquella que permita la participación activa en procesos políticos y culturales. De este modo, la ciudadanía comunicacional se concreta a partir de las siguientes acciones o postulados.

La ciudadanía hoy supone comunicación, porque lo ciudadano se construye desde el diálogo público en el espacio público, en una interacción creativa que supone lo multi actoral y lo multi sectorial. No se puede pensar lo público sin la comunicación y los comunicadores tienen que asumir como propia la tarea de la construcción ciudadana, poniendo sobre sus espaldas el compromiso de

respaldar procesos ciudadanos innovadores incluso en aquellos casos en que, por determinadas circunstancias, les corresponda liderarlos temporariamente. (Uranga, S.F.)

Si bien dicha conceptualización es un aporte significativo a la concepción de ciudadanía, es importante considerar la contribución teórica desde la comprensión humanista, que conlleva a que emerja el concepto de *nueva ciudadanía*. Siendo esta última promotora de la sociedad de bienestar, alejándose del Estado de bienestar para hacerle contrapeso a la relación Estado-Mercado. De esta manera, se visibiliza a la ciudadanía, otorgándole una autonomía comunitaria que se traduce en Llano,(1999, citado en Irizar, 2007) como “subjetividad social que según, permite proyectar la capacidad cognoscitiva de grupos humanos que se proponen una misión común realizada de manera estable y con seriedad profesional, y la diversificación cualitativa de los sujetos que integran esta *nueva ciudadanía*.” ( p.121)

Por lo anterior la *nueva ciudadanía* pretende orientar la vida política hacia el desarrollo de la persona en su dimensión cultural y social, desde el respeto y la promoción de los derechos fundamentales.

En conclusión, un espacio propicio para la *nueva ciudadanía* lo constituye la cultura, al trascender el ámbito político.

## **2.2 Marco Conceptual**

Los medios de comunicación comunitarios, son espacios para el desarrollo humano y la movilización por medio de la construcción de tejido social, además son herramientas que surgen en coyunturas en las que se reflejan situaciones contradictorias entre la comunicación masiva y las necesidades o demandas de la comunidad. ( Para ampliar esta conceptualización ver Anexo 4 Conceptos básicos)

Coincidiendo con Milan (2006), los medios comunitarios representan un aporte en los procesos de desarrollo y juegan un papel importante en la democratización, en las reivindicaciones sociales y en la generación de conocimiento, pues inciden en las dimensiones culturales y sociales del cambio.

Tales medios, se valen de dinámicas en las que la comunidad participa activamente desde la apropiación de estos, formando parte del equipo humano que se configura como una organización social fundamentada en un diálogo de saberes, lo cual implica un proceso de construcción de conocimientos y de autoevaluación permanente.

Este planteamiento, se fundamenta en una construcción colectiva que involucra a la comunidad, orientada desde una perspectiva en la que la sostenibilidad se configura de manera holística, pues comprende estructuras políticas-ideológicas, económicas y culturales. La sostenibilidad permea tales engranajes, viéndose reflejada en la ciudadanía, en los procesos de construcción de la misma y en el alcance de cierto grado de cultura política, esta última cimentada en una plataforma ideológica que permite a los miembros de su comunidad ser representados e identificarse en cada una de sus manifestaciones. Al hablar de manifestaciones, es necesario resaltar que estas pueden ser proyectos comunicativos que para el caso de esta investigación se logran concretar en emisoras comunitarias, que si bien pueden estar enmarcadas dentro de las dinámicas mercantiles mediáticas, en la medida que este proyecto se vea consolidado desde la apreciación de la comunidad y se haga legítimo, podrá tener una permanencia significativa en el tiempo, reflejada en la memoria histórica de quienes hacen parte de este grupo social.

De acuerdo con lo mencionado, se sustenta la necesidad de hacer énfasis en el concepto de sostenibilidad que desde diversas posturas, convergen en su complejidad, sus múltiples dimensiones y la importancia en la trascendencia de los proyectos comunitarios.

Desde diversas perspectivas, se han expuesto particularidades que son propias de los medios comunitarios, y a su vez de las emisoras que pertenecen a esta categoría.

Algunos aspectos que caracterizan a los medios como comunitarios son

- a) estar abiertos a la participación activa de los ciudadanos en sus entidades representativas;
- b) las personas de la propia comunidad se relevan en cuanto productoras y receptoras de los productos comunicacionales;
- c) desenvolvimiento del proceso de interactividad en la comunicación;
- d) autogestión por parte de las entidades representativas de la propia comunidad;
- e) autónomos y libres de las injerencias en relación con los órganos del Gobierno, grandes medios, partidos políticos y sus afiliados etc.;
- f) no tiene intereses comerciales;
- g) ofrece posibilidades ilimitadas de innovación de lenguajes y formatos de programas;
- h) programación sintonizada con la realidad local. Temas de interés local;
- i) dirigida a segmentos específicos de la población;
- j) alcance limitado en términos de cobertura, audiencia o número de lectores;
- k) las acciones se desenvuelven en torno de intereses comunes;
- l) envuelve un proceso de aprendizaje en el ejercicio de la democracia y de la ciudadanía (Krohling C. , S.F. en línea)

Desde este desarrollo teórico, se plantea que los medios comunitarios se clasifican en tres categorías, pues aunque se podría pensar que todos tienen el mismo objetivo de promover la consolidación y participación de la comunidad, la realidad es que los intereses varían de medio a medio. En este sentido, se diferencian según su interés en la inclusión, la expresión comunitaria y el bienestar colectivo; según la vinculación del medio con partidos y candidatos; y según motivaciones económicas y comerciales, en las que se prioriza la búsqueda de recursos desde anuncios publicitarios y patrocinios.

Siguiendo a Acosta y a Garcés (2013), las diferencias entre los medios comunitarios y los medios masivos se entienden desde tres puntos. El primero radica en los objetivos y en quienes se identifican y reconocen en ellos, es decir, mientras los medios masivos siguen una lógica mercantil del consumo, los comunitarios se orientan a la consolidación de tejido social. También se diferencian en la importancia que le brindan

los medios comunitarios al territorio, sus actores y dinámicas. “lo anterior permite reconocer que “lo comunitario” es el lugar antropológico y simbólico que emerge como un imperativo para tejer vínculos, solidaridades, identidades y socialidades” (p.123). Finalmente, el tercer punto de diferenciación se fundamenta en los relatos que se comunican, pues se valoran como la representación del imaginario colectivo de las comunidades desde las que surgen los mensajes y a las que van dirigidos.

Así, estos medios tienen la responsabilidad de transformar la cosmovisión de grupos sociales mediante acciones que integran distintos ámbitos que involucran cuestiones tanto de forma como la esencia de sus contenidos.

“Los medios alternativos de Medellín son espacios de socialización de diferentes actores e ideologías, son espacios propicios para narrativas y estéticas diferentes a la de los medios masivos. En el proceso de cambio de imaginarios los medios pueden ayudar a inventar otro futuro, ver otra realidad”. (Valle Flórez, 2012, en línea)

Reconociendo la necesidad de identificar algunos conceptos fundamentales para el estudio de la comunicación comunitaria, tales como ciudadanía, sostenibilidad y desarrollo humano; y considerando la evolución del contexto en el que se han desenvuelto las emisoras comunitarias, en lo referido al uso de las TIC, se hace imprescindible pensar en expresiones como radio y emisora, las cuales a través de la exploración en investigaciones previas, en algunos casos se usa de manera indiferente como sinónimos.

### **Radio-Emisora**

Como afirma Romo Gil (1987) “la radio puede definirse como un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos”.

La radio se ha concebido como el medio de comunicación más antiguo del mundo y por lo mismo ha sufrido distintas transformaciones, que han incidido en el rol que cumplen los agentes que intervienen en el proceso de radiodifusión y en su impacto en el entorno.

La radio como práctica significativa, se convierte en un espacio determinante para la configuración de identidades tanto del sujeto como de la comunidad desde distintas interpretaciones, lo cual le da relevancia a dimensiones que trascienden el ámbito semántico y toman en cuenta elementos contextuales, para abrirse a la posibilidad de generar sentido. Para las autoras existen tres aspectos que sirven como supuestos para pensar la radio en una relación comunicativa:

- Su condición de práctica significativa, de espacio de producción de sentido;
- Su condición de espacio de interacción, de dialoguicidad;
- Su condición de experiencia cultural inserta en una trama textual y contextual (discursiva e histórica) que la constituye pero a la cual a su vez modela. (Mata , 2012, en línea )

Dado que el objeto de estudio de esta investigación son las emisoras comunitarias de la ciudad de Medellín, se hace necesario definir las, desde sus valores y propósitos. Luego de una revisión de distintas definiciones de conceptos como radio ciudadana, alternativa, popular así como comunitaria (Ver Anexo 5. Definiciones), se retomó la planteada por el Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y el Ministerio de Cultura de Colombia:

La emisora es un proyecto social, una apuesta de desarrollo, con proyectos comunicativos donde la práctica en radiodifusión solo es una parte de una gran experiencia de gestión del desarrollo de la comunidad... es una empresa social de propiedad colectiva y gestión democrática. Como se ha señalado, la emisora comunitaria es una organización de la comunidad local cuya tarea primordial es contribuir mediante actos comunicativos al desarrollo humano de los miembros de dicha comunidad. Como empresa, la emisora comunitaria debe enfrentar el desafío de generar los recursos para hacer sostenible en el tiempo al proyecto comunicativo, y como asociación, debe garantizar la participación de los principales actores sociales en la gestión de la emisora. La emisora comunitaria es una empresa sin ánimo de lucro. (Ministerio de las TIC y Ministerio de Cultura, 2010)

Desde esta óptica, definir a la emisora comunitaria contemporánea únicamente desde su aspecto radiofónico, representa reducir su rol frente al alcance que esta ha evidenciado respecto al desarrollo comunitario, al configurarse como una organización, con procesos propios de una empresa, aprovechando los beneficios de las nuevas tecnologías de la información y promoviendo experiencias de construcción colectiva de conocimientos, desde la generación de cuestionamientos frente al contexto, sus problemáticas y las características inherentes a la comunidad. Comprende, entonces, la totalidad de las acciones y procesos para hacer radio, ya que al ser proyecto social, la radiodifusión solo es una parte de la experiencia de gestión de desarrollo de la comunidad. De este modo, el oyente se transforma en un prosumidor<sup>2</sup>, que no solamente cumple el rol de receptor, sino que en su interacción con la organización, hace un aporte significativo al diseño de los contenidos de la parrilla.

De acuerdo con lo anterior, se pueden identificar cuatro características en la emisora comunitaria:

- Es una empresa social de propiedad colectiva y gestión democrática.
- Empresa sin ánimo de lucro.
- Apuesta por un discurso y una práctica pluralista.
- Es un proyecto comunicativo que se identifica por su misión de empoderamiento de la ciudadanía y de las organizaciones comunitarias.

Esta organización entonces, permite acentuar prácticas ciudadanas e interacciones comunicativas, en las que los sujetos asumen como propios los medios que se han construido para el crecimiento de la comunidad.

El impacto que puede generar este tipo de emisoras es fundamental en el desarrollo de la sociedad porque integra a la comunidad a la que pertenece permitiendo generar campañas con el fin de dinamizar la participación en resolución de problemas, integración en el proceso de

---

<sup>2</sup> El concepto *prosumidor* o *prosumer*, es acuñado a Marshall McLuhan y a Barrington Nevitt, planteado en el libro *Take Today* de 1972, al referirse a que debido a la interacción con los dispositivos electrónicos, el consumidor se convertiría de manera simultánea en un productor.

desarrollo social y económico y de expresión cultural. (Álvarez, 2008, p.72)

Retomando algunas afirmaciones presentadas por Rosario (2011 citado en Perez, & Irizar, 2013) la información que se presenta en una emisora debe representar utilidad y pertinencia, convirtiéndose en una multiplicadora de experiencias y desde esta perspectiva, su relación con la educación debe ser un factor fundamental, como el devenir histórico lo demostró con la experiencia de las Escuelas Radiofónicas en América Latina, durante la segunda mitad del siglo XX, la cual se describió a profundidad en el capítulo de la presente investigación *Mirada histórica a la radio comunitaria*.

[Una emisora comunitaria] transmite una programación de interés social vinculada a la realidad local, no tiene fines lucrativos, contribuye a ampliar la ciudadanía, a democratizar la información, a mejorar la educación informal y el nivel cultural de los receptores sobre temas directamente relacionados con sus vidas. (Krohling P. , 2007, p.1)

En cuanto a la agenda, cabe resaltar que requiere ser participativa, diversa e incluyente, y los objetivos de la emisora se deben reflejar a través de una programación con una orientación ciudadana, sin perder de vista que la radio se hizo para entretener, permitiéndole a la comunidad la apropiación de herramientas que le permitan transformar las relaciones entre la sociedad civil y las instituciones, respondiendo a las necesidades y a la democratización de la palabra.

A partir del desarrollo de la presente investigación, se encontró que desde los Ministerios de Cultura, TIC e investigadores, se propone que a partir de los discursos radiofónicos se promuevan las siguientes temáticas, de manera que se contribuya al establecimiento de vínculos entre oyentes, emisora y territorio. Estas son:

- La promulgación y ejercicio de los derechos humanos: individuales y sociales, económicos, políticos y culturales.
- La democracia, especialmente la participativa.
- El desarrollo sostenible
- El enfoque de género.
- La preservación del ambiente.

- La soberanía nacional y la integración regional.
- La cultura de paz y solidaridad entre los pueblos.

Para el cumplimiento de su misión, la emisora comunitaria desarrolla estrategias de información, educación, movilización social, generación de opinión pública, recreación y cultura. En resumen, " genera relaciones comunicativas comunitarias y produce sentido a través de los discursos radiofónicos que circulan entre sus audiencias". (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones; Ministerio de Cultura, 2010, en línea)

Así mismo, se establece que los valores, principios y criterios con los que debe contar una emisora comunitaria son:

Tabla No.1 Valores, principios y criterios de la emisora comunitaria	
<b>VALORES</b>	<p>« <b>Reconocimiento:</b> de la dignidad de la persona humana con todos sus derechos individuales y colectivos.</p> <p>« <b>Solidaridad:</b> es un valor y un estilo de vida fundamentado en la cooperación, en la ayuda mutua y sobre todo, en la construcción de relaciones humanas basadas en la justicia y la equidad social.</p> <p>« <b>Creación de relaciones de confianza:</b> la emisora establece unas relaciones de confianza con las personas participantes del proyecto y ayuda a que la comunidad viva en relaciones de confianza. Las relaciones de confianza son la base de la paz social, forman el capital social de la emisora, que bien utilizado contribuye eficazmente a la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.</p>
<b>PRINCIPIOS</b>	<p>« <b>Coherencia:</b> el actuar está de acuerdo con los principios, objetivos, fines y valores acordados por el grupo humano y la organización. El proyecto comunicativo de las emisoras comunitarias explicita los valores, principios y criterios de actuación.</p> <p>« <b>Pertinencia:</b> los procesos y actividades realizados corresponden a las necesidades, a las potencialidades y a los procesos de desarrollo territorial del contexto social del cual forman parte.</p>
<b>CRITERIOS DE ACTUACIÓN</b>	<p>« <b>Gestión democrática:</b> facilita la participación de los diferentes niveles operativos, directivos y de coordinación. Debe darse la gestión de forma participativa, no autoritaria, escuchando a la gente de la comunidad.</p> <p>« <b>Trabajo a partir de grupos y liderazgos reconocidos:</b> comprende la capacidad de dirección y participación de personas con diferentes liderazgos que incorporan en su quehacer de manera intencionada el ejercicio de la comunicación desde la emisora comunitaria y a través de metodologías de trabajo colectivo.</p> <p>« <b>Innovación social y tecnológica:</b> la permanente actualización y aprovechamiento de los recursos tecnológicos, apropiados críticamente, generan mejores canales de relación y más eficacia en los objetivos propuestos.</p> <p>« <b>Autonomía y autofinanciamiento:</b> son conquistas que deben alcanzar los gestores de las emisoras comunitarias.</p>

FIGURA 1. Valores, principios y criterios de la emisora comunitaria. Tomado de La radio comunitaria, una empresa social sustentable. Herramientas para la gestión. Fajardo Rojas, M. Tolosa Suárez, B. Tibaduiza Araque, F. Marín Arango, O. 2010

En el departamento de Antioquia, a partir de una serie de encuentros regionales, recolección de información y evaluaciones, se publicó el Plan Departamental de Medios

de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios 2014-2020, elaborado por Comfenalco, Universidad de Antioquia, Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia y la Gobernación de Antioquia.

En los encuentros regionales llevados a cabo con líderes de distintas subregiones del departamento antioqueño, se concluyó que las características de las emisoras comunitarias son:

- Independencia de los sectores gubernamentales y privados.
- De carácter local, bajo la propiedad de una organización comunitaria, que divulga información y contribuye a la construcción del tejido social.
- Son entidades sin ánimo de lucro.
- Promueven la desconcentración de la información, desde la creación de opinión pública, la educación y la formación ciudadana.
- Están comprometidos a proteger los derechos de la comunidad, desarrollar su potencial y satisfacer sus necesidades.
- Difundir contenidos constructivos y pedagógicos.
- Promover las actividades locales.
- Generación de información sin limitaciones de pautas, dentro de su horizonte institucional.
- Disposición de equipos e infraestructura a la comunidad.

De acuerdo con la dinámica que existe a nivel nacional, el Plan Departamental de medios de Antioquia, plantea que el carácter comunitario responde a procesos comunicativos dentro de una dinámica de comunicación para el desarrollo, partiendo de su función social, la cual se fortalece con la emergencia de Nuevos Movimientos Sociales relacionados con luchas reivindicativas de colectivos ambientalistas, comunidades LGBTI, feministas, colectivos culturales, entre otros. A esta situación, también contribuye la existencia de sujetos que se apropian, proyectan y transforman su lenguaje, códigos, signos y símbolos, para codificar sus contextos, con una perspectiva glocal.

Teniendo en cuenta que con la radiodifusión sonora en Colombia se pretende promover valores, arraigos culturales y el fortalecimiento de la democracia, de manera que no podrá hacerse transmisiones que vayan en contra la Constitución y de la Sociedad

Civil, se establece un andamiaje legal que corresponda al uso adecuado de la información. (Ver Anexo 6 Legislación)

El primer antecedente de la legislación radial es la Ley 74 de 1966 que establece que los servicios de radiodifusión estarán orientados a “difundir la cultura y afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana” y el Decreto 1900 de 1990 que define una ética de los medios a favor de la democracia y los Derechos Humanos. Otras normas relacionadas con la radiodifusión son los Decretos 1445, 1446 y 1447 de 1995; este último da carácter legal a las emisoras. (Universidad de Antioquia, Comfenalco, Gobernación de Antioquia, Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, 2014)

Lo anterior se complementó, gracias a la publicación de la nueva Carta Política en 1991, la cual consagró generaciones de derechos articuladas a la comunicación como los Derechos Económicos, Sociales y Culturales y los Derechos Colectivos y del Medio Ambiente.

En la nueva Constitución quedaron establecidos los derechos reclamados por esta movilización [Asamblea Constituyente], en los artículos 20- que define la libertad para fundar medios de comunicación-, artículo 64- el Estado debe promover de manera progresiva el acceso a la comunicación-, artículo 74- el espectro electromagnético es un bien público al público al cual el Estado debe garantizar su acceso de manera igualitaria-, artículo 365- los servicios públicos son inherentes al Estado, pero pueden ser prestados también por comunidades organizadas-. (Bringe, 2011, p.p.62-63)

Entre los periodos presidenciales de 1994 a 2002, que corresponden a la administración de Ernesto Samper Pizano y Andrés Pastrana Arango, respectivamente, se aprobaron los decretos que reglamentaron la existencia de emisoras comunitarias, desde la perspectiva de la construcción de la democracia.

El marco legal de la emisora comunitaria en Colombia, está compuesto por decretos y resoluciones, que apuntan a regular su funcionamiento. El Decreto 1447 de agosto de 1995 reglamenta la concesión del servicio, la Resolución 0912 de 2000, del Ministerio

de Cultura declara a los “Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios como expresión cultural de la nacionalidad colombiana”, la Resolución 0986 de 2000, del Ministerio de Cultura, oficializó la creación del Consejo de Área de los Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios asignando a la Dirección de Comunicaciones la responsabilidad de su convocatoria. El Decreto 1981 de julio de 2003 reglamenta el servicio comunitario así:

Satisfacer necesidades de comunicación del municipio o área objeto de cubrimiento; facilitar el ejercicio del derecho a la información y la participación de sus habitantes, a través de programas radiales realizados por distintos sectores del municipio, de manera que promueva el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de las identidades culturales y sociales.

También hacen parte de este soporte jurídico, el Decreto 195 del 2005 relacionado con la obligación que tienen todas las emisoras de presentar la declaración de conformidad, y el Documento Conpes 3506 de 2008 del Consejo Nacional de Política Económica y Social, del Departamento Nacional de Planeación, establecen los *Lineamientos de Política para el Fortalecimiento del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora*, Resolución 03039 de noviembre de 2007 en la que se proponen medidas técnicas en relación al espectro radioeléctrico, el Decreto 2805 de julio de 2008 por el cual se reglamenta el servicio de radiodifusión, la Ley 1341 de 2009 o Ley de las TIC que consagra los “principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones —TIC—”, la Resolución 415 de abril de 2010 por la cual se expide el reglamento de servicio de radiodifusión sonora, Decreto 3942 de octubre de 2010 por el cual se reglamentan las Leyes 23 de 1982, 44 de 1993 y el artículo 2, literal c) de la Ley 232 de 1995, en relación con las sociedades de gestión colectiva de derecho de autor o de derechos conexos.

El Ministerio de Comunicaciones intervino haciendo estos medios comunitarios legales y viables, en 1994 con Colcultura y en 1997 con el Ministerio de Cultura, con el fin de

resaltar su rol de incidencia en la cultura, el arraigo identitario, la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento del tejido social. Igualmente, se promovieron programas de capacitación a los miembros del equipo radial, teniendo como objetivo desarrollar contenidos que contribuyeran a la construcción de ciudadanía, de manera que se instauraran proyectos que dieran paso a la formación ciudadana.

En el 2007 se empezó a concretar el proyecto de las emisoras comunitarias en las ciudades, incluyendo a Bogotá, a pesar de que la Constitución del 91, estableció las bases para el ejercicio pleno de la comunicación. Con lo anterior, se abre paso en Colombia, a la legalidad de la radio comunitaria, por lo tanto, se adjudicaron en los años siguientes, 415 licencias, de 600 emisoras que participaron en una licitación, ya que cumplían con los parámetros técnicos exigidos por el Ministerio de Comunicaciones.

### **Conceptos adscritos a la Comunicación comunitaria:**

El rol de los medios de comunicación comunitarios adquiere importancia, ya que se pueden entender como espacios para el desarrollo y la movilización, que a través del empoderamiento de la población, buscan que la comunidad realmente asuma la ciudadanía, que si bien es una conquista histórica moderna, precisa revisarse en lo que respecta a quién la ejerce y en qué condiciones.

Las comunidades hacia las que van dirigidos los mensajes emitidos en los medios comunitarios y la transformación que han sufrido las realidades políticas y económicas, precisan que se redefina el concepto de ciudadanía, desde aspectos tales como la responsabilidad colectiva, la comunicación, la participación y la identidad.

la conquista de la ciudadanía significa la transformación de súbditos en ciudadanos, cuya estructura social requiere la participación de los individuos; el estatus de ciudadano está condicionado a la calidad de su participación, pues ésta es una de las bases de la ciudadanía. (Krohling Peruzzo, 2001, p.84)

Desde el punto de vista de la historia política occidental, la ciudadanía se ha entendido en términos de los derechos y deberes políticos que se desarrollan en una comunidad asentada en un territorio común y con una historia y cosmovisión compartida. La modernidad, desde la consolidación del parlamentarismo y de la democracia representativa, ha conllevado a que se defina lo ciudadano en términos del ejercicio del sufragio en un proceso electoral. Hecho que, desde las restricciones que en un principio se encerraban en la categoría de ciudadano, era en gran medida excluyente en lo referido al género y a la condición socioeconómica.

Ciudadano es aquel que es su propio señor junto con sus iguales en el seno de la ciudad. El ciudadano debe gozar de libertad negativa (de no interferencia) y de libertad positiva (de participación política), como también de derechos económicos, sociales y culturales. A ello se une la necesidad de tejer una ciudadanía multicultural, diferenciada y compleja, que acoja en su seno las diferencias enriquecedoras, así como una ciudadanía civil. (Cortina, 2002)

Ante esto, se propone la construcción de una ciudadanía cosmopolita, siguiendo a Cortina (2002), en la que las personas se sepan y se sientan ciudadanos, desde el desarrollo de la capacidad de adaptación y asimilación a distintos contextos y a distintas cosmovisiones, sin tener que renunciar a su individualidad. Dicha ciudadanía, encuentra lugar en la virtualidad, al identificarla como un escenario que no le otorga poder de decisión al sujeto, partiendo de sus estatus socioeconómico o intelectual. La virtualidad, utiliza un metalenguaje que fusiona la oralidad, la escritura y sobre todo la imagen, en un compilado de códigos universalmente reconocidos y aceptados. Ello, no va a requerir un espacio o una historia compartida o cohabitada.

Desde esta perspectiva, es fundamental para la comunicación comunitaria, no perder el referente local al usar medios electrónicos, siendo además conscientes de que se generan mensajes para públicos más amplios. Así mismo, es de gran importancia reconocer la existencia de distintos tipos de ciudadanos, que bien perteneciendo a un

colectivo, son el resultado de conflictos, experiencias y una cultura política determinada que ha ido construyendo a lo largo de las distintas etapas de su vida.

En esas comunidades virtuales «viven» dos tipos muy diferentes de poblaciones: una diminuta minoría de aldeanos electrónicos «que se han asentado en la frontera electrónica» y una multitud transeúnte para la cual las incursiones ocasionales dentro de varias redes equivale a explorar varias existencias bajo el modo de lo efímero (Castells, 2002)

En torno al concepto de ciudadanía y el ejercerla, Alfaro (2000), considera que no hay una sola manera de concebir tales eventos, por lo que advierte la importancia de reconocer a los ciudadanos y a la cultura política que han conformado, con el fin de proporcionar métodos y educación ciudadana. Desde esta perspectiva, la propuesta se enmarca en la promoción del protagonismo de los ciudadanos como agentes responsables de la configuración política de la sociedad, la relevancia que concede a los diferentes tipos de comunidades y el valor que confiere a la esfera pública como lugar privilegiado para el despliegue de las libertades sociales y para potenciar las habilidades comunicativas de las comunidades.

la ciudadanía no nombra al conjunto de individuos poseedores de derechos y obligaciones, actores pre-constituidos por las normativas existentes, sino una praxis: la capacidad de ser sujeto en todos los ámbitos en que se construye el poder y, por consiguiente, la participación pública en la elaboración de las reglas que, con validez de norma instituida o legitimada, tienen capacidad de ordenar la vida en sociedad. (Mata, 2011, p.18)

Tales cimientos se han de establecer como factores humanizantes que han sido dejados de lado gracias a los tres ejes estructurales que dominan la esfera pública: Estado, mercado y medios de comunicación, elementos que sucumben en la práctica de la industria cultural.

Los verdaderos actores sociales, presentes en estas experiencias de construcción ciudadana, desde la radio, se caracterizan por liderar la organización y la interacción social, partiendo de variables como el debate, el compromiso y el diálogo.

Para colocar en práctica la libertad de comunicación, no basta con crear condiciones de acceso a la información transmitida por radios comunitarias, sino, sobre todo, capacitar a cualquier ciudadano para actuar como proveedor de contenido, así como en la deliberación y decisión de estrategias y en la gestión de la emisora. (Krohling Peruzzo & Oliveira Volpato, 2010, p.42)

Desde esta perspectiva, la verdadera práctica ciudadana se traduce en la participación activa en las dinámicas de comunicación, es decir, que se fundamentan a través del diálogo de saberes, del intercambio de la información y de la construcción colectiva. Desde esta lógica es loable que la comunidad fundamente sus prácticas cotidianas a partir nuevas visiones, que rompan los paradigmas tradicionales propios de la participación política occidental.

Se propone un modelo que se fundamenta en tres aspectos, vitales para la **construcción de ciudadanía** contemporánea, el cual fue una guía fundamental para esta investigación, a la hora de afirmar si determinada emisora comunitaria realmente contribuye a la construcción de ciudadanía, desde sus dinámicas y relatos, en el marco de la sostenibilidad. Estos aspectos, de manera textual son:

- 1º. La promoción del protagonismo de los ciudadanos como agentes responsables de la configuración política de la sociedad.
- 2º. La relevancia que concede a los diferentes tipos de comunidades.
- 3º. El valor que confiere a la esfera pública como lugar privilegiado para el despliegue de las libertades sociales. Se cristaliza, de manera especial, a través de proyectos con relevancia pública, no tanto de tipo político o económico, sino estrictamente “cívicos”, o “ciudadanos”, es decir, “orientados a la creación de sentido y a la autorrealización de la propia identidad”. De ahí que el espacio propio para el desarrollo de la “nueva ciudadanía” sea la cultura, esto es, los ámbitos prepolíticos y preeconómicos que integran el “mundo de la vida”. (Irizar, & Pérez Bernal, 2014, p.116)

La “nueva ciudadanía” trasciende los patrones económicos y políticos establecidos, para exaltar perspectivas, actuaciones y búsquedas arraigadas a una comunidad particular. Conviene subrayar que el impacto de esto, depende del sentido de pertenencia y la identidad con la que sus miembros se reconocen entre sí, pues si bien es importante incluir nuevas manifestaciones culturales en los procesos comunicativos, también resulta fundamental la puesta en escena de aquellos factores que son inherentes a este grupo social. Bajo este paradigma se podrá garantizar cierto grado de permanencia de los proyectos que se emprendan como colectivo.

Hay construcción de ciudadanía en la medida en que el medio no homogeniza, pues tiene en cuenta las diferentes formas de ver el mundo. Esta mirada incluyente se debe ver reflejada, tanto en la junta de programación, como en el manual de estilo de la emisora. Ser ciudadano es verse como sujeto de derechos, e implica apropiarse de los mismos a través de medios como la radio. (Valdés, 2012, p.p.81-82)

Teniendo en cuenta, lo que (Valdés, 2012) considera como obstáculos para la construcción de ciudadanía en la radio, la ausencia de políticas de ciudadanía en lo local, representa uno de ellos, debido a que cada gobierno, institución y representantes locales, según el Plan de Desarrollo que propongan, se realiza una interpretación en la que es común encontrar que en lugar de acompañar, se desarticulan los procesos de organización comunitaria. No obstante, ante esta dificultad, resulta pertinente señalar la incidencia que la cultura política tiene en la toma de decisiones al interior de una comunidad, ya que proporciona herramientas en un marco de acción que considera el bienestar general, la inclusión y la participación.

La **cultura política**, parte de la relación que se establece entre el rol que se asume en una organización social y el contexto en el que se enmarca, en procesos de transformación y consolidación. La cultura política se define en el sentido de la praxis, es decir, la relación entre el saber y el hacer; el conocimiento de la propia práctica, de la práctica de los demás, y la trama de

esas prácticas de reproducción o transformación de la organización social en su totalidad o en algunas de sus partes. (Galindo Cáceres, 1987)

Se afirma entonces, que la consolidación de la cultura política se da, en tanto el individuo se convierte en un sujeto político activo y entabla canales de comunicación e identificación con los miembros de su comunidad. La emisora comunitaria, como proyecto de comunicación construido desde prácticas alternativas, debe promover el empoderamiento de la comunidad, enfocándose en la transformación de las interacciones territoriales.

Así, cuando se habla de apropiación de los medios por parte de los actores sociales, se entiende la posibilidad de crear dinámicas que posibiliten la autonomía y la transición a la emancipación desde la participación. Lo anterior, denota la toma de conciencia histórica, social y política conocida como *empoderamiento*<sup>3</sup>, según lo planteado por Acosta & Garcés (2013). Igualmente este empoderamiento, el cual se inclina más hacia el fortalecimiento de la sociedad civil, la democracia participativa y la construcción de ciudadanías, genera la búsqueda de aportación, la contribución de todos y cada uno de los miembros, que desde diversos roles entienden la importancia de la disposición, la delegación de decisiones y la creación de instancias para tomarlas.

La participación, la interacción y especialmente la **construcción de tejido social** se encuentran desde la consolidación de los objetivos comunicacionales, pues es una cadena en la que para desarrollarlos, es necesario igualmente construir un tejido económico que haga el proyecto viable y sostenible. Lo anterior dilucida que hay una estrecha relación entre el ámbito económico y la inserción comunitaria. Siguiendo los planteamientos de los Ministerios de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de Cultura, de Colombia (2010), se evidencia entonces, una estrecha relación entre sostenibilidad, participación y desarrollo.

---

<sup>3</sup> Este concepto de empoderamiento guarda similitudes con el paso de una conciencia no reflexiva en que la persona es objeto y carece de capacidad de selección, a una persona sujeto que se confronta con la realidad y participa en la toma de decisiones y en la transformación de la realidad (Freire, 1990). Freire, Paulo. 1990. Política y educación. Siglo XXI. México.

Tomando como punto de partida la importancia que reclama la construcción de tejido social, se reconoce a la comunidad como una posibilidad de acción colectiva, un sistema que dialoga con otros y en el que se desarrollan procesos comunicativos.

La radio comunitaria está orientada a satisfacer las necesidades de comunicación de una comunidad o colectivo social. Son medios contruidos desde una concepción horizontal, en los que el equipo humano coordinador y la comunidad misma establecen las pautas de funcionamiento y las orientaciones para actuar procurando la articulación social y el desarrollo humano de manera endógena. (Chaparro, 2005, en línea)

Es decir que las emisoras comunitarias tienen la labor de contribuir a la consolidación del tejido social, la construcción de ciudadanía y la democracia del municipio. Esta responsabilidad asumida y ratificada por mandato legal, espera una respuesta de la comunidad, razón por la cual la gestión debe tener en cuenta los actores, procesos y dinámicas de su contexto social para apoyarlos.

Según Rocha (2008) “en realidad, los medios comunitarios o por lo menos aquellos con los que trabajamos funcionan como una especie de micro industrias culturales; es decir, son sistemas comunicativos que reproducen los sistemas productivos como lo mencionan”. (p.p.12-13)

Un proyecto político comunicativo, el cual, para esta investigación, denominaremos con el acrónimo (PPC), apuesta por la construcción de nuevos conocimientos, generados desde nuevas prácticas radiofónicas. En este sentido, se puede hablar de la posibilidad de renovar conocimientos y prácticas acorde con las características contextuales, pues establece una invitación a que cada radio y cada red se piensen a sí mismas.

De acuerdo con esta lógica de repensar la radio apuntando a actualizar y generar nuevas y mejores prácticas, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias y la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, proponen cuatro ejes que generan una reflexión. Estos son: la producción de sentidos, la estética, la incidencia y la **sostenibilidad**.

- PRODUCCIÓN DE SENTIDOS

Comunicar a través de la radio es construir, junto con nuestras audiencias, las bases de pensamientos y acciones que potencien nuestras capacidades, que contribuyan a conseguir objetivos colectivos de nuestras comunidades. Producir sentidos es abrir nuestras radios a muchas voces, es apelar a la respuesta de las audiencias, es el arte de preguntar para crear motivos, para impulsar la puesta en común de diversas formas de ver el mundo, y para construir nuevas.

En últimas, es como atizar el fuego para promover la acción colectiva, que no es otra cosa que movilizar ideas y prácticas a partir del diálogo, tratando de construir propuestas comunes.

- ESTÉTICA

En radio es importante lo que se dice y también cómo se lo dice. Pensar la estética es encontrar la forma más adecuada de proponer nuestras ideas para que nuestra audiencia las tome en cuenta. Pensar la estética es hacer que toda nuestra producción, en su conjunto, exprese una identidad. Es encontrar la forma en la que nos podemos identificar con nuestras comunidades y acompañarlas en su búsqueda de otras formas mejores y más justas de ver sus vidas.

Ocuparse de la estética es reconocer en las narrativas el poder simbólico, de significación, de crear espacios para significar, que está en la forma de la misma narración. La estética es un proceso de reconocimiento y conciencia.

- INCIDENCIA

Incidir es lograr cambios pequeños o grandes, de mayor o menor profundidad en la situación de nuestras comunidades, cambios que aporten para construir ese mundo que nos imaginamos. Por eso, nuestra visión de incidencia es también colectiva. La radio, por sí sola, no cambia la realidad. La radio con su gente cambia, construye proyectos, resuelve problemas y juntos transforman las realidades, los contextos.

La radio es entonces un actor social, entra en diálogo con su comunidad, con las autoridades, con otros actores y propone un punto de vista. Criticamos, analizamos, describimos las carencias y los aciertos y también hacemos propuestas colectivas y desde allí, incidimos.

- **SOSTENIBILIDAD**

La sostenibilidad se entiende como el proceso paralelo a todo emprendimiento e iniciativa social, que permite y prevé su perdurabilidad en el tiempo, su fortalecimiento estructural y la posibilidad de realizar ajustes y cambios necesarios, a través de mecanismos e instrumentos adecuados para su continuidad y su proyección. (ALER y AMARC ALC, 2008, en línea)

En el rastreo inicial de investigaciones concernientes a las emisoras comunitarias, se encontraron elementos comunes que orientaban su interés hacia la construcción de ciudadanía y su incidencia sobre la cultura política y la construcción de tejido social. En algunas de ellas, se sugería el tema del aspecto financiero, de manera incipiente. Por lo anterior, se decidió profundizar en este aspecto, ampliando el horizonte del mismo, y hallándolo inmerso dentro de un engranaje que comprende la Sostenibilidad.

Dicho de otra manera, hablar de sostenibilidad implica resignificar la concepción clásica que se ha tenido de ésta, para empezar a considerarla como un engranaje que moviliza a los agentes que hacen parte de una organización social, en tanto determina su permanencia en el tiempo, la recordación en el imaginario colectivo, la gestión de los recursos, la autonomía en su marco de acción y la configuración de su plataforma axiológica.

Ha habido diferentes momentos, dimensiones y paradigmas que marcaron el término sostenibilidad. En ese sentido, señalan que la dimensión actual de la sostenibilidad incorpora aspectos tales como:

- Armonía ambiental.
- Importancia de crear nuevas formas de ser y estar en el mundo.
- Tolerancia.
- Equidad social.
- Igualdad de géneros.
- Aceptación de la biodiversidad.
- Promoción de una cultura de vida desde la dimensión ética.

(Gutiérrez & Prado, 2013)

Al hablar de sostenibilidad, es fundamental considerarla como la base de las emisoras comunitarias de América Latina, debido a la situación contemporánea y a las constantes transformaciones contextuales. Sin embargo no es posible reducir la sostenibilidad a factores económicos, pues si bien una empresa logra su autofinanciamiento e ingresos económicos estables, no garantiza que cumpla las funciones de servicio a su audiencia y de fortalecimiento de espacios democráticos.

Las radios comunitarias no se definen por su propiedad, sino por su ánimo de no lucro y de servicio a la sociedad. Tampoco se definen por sus coberturas geográficas, ni por su mayor o menor potencia de emisión, ni por la emisión o no de espacios publicitarios. La posesión de una licencia tampoco constituye un patrón a tener en cuenta, ya que muchas carecen de una licencia legal en el intento de los gobiernos de reservar el espacio radioeléctrico para otros menesteres. No son radios clandestinas, son modelos legítimos dentro de un marco de espacios legales insuficientes en muchos países. Una radio comunitaria debe ser ante todo inspiradora de los principios de participación ciudadana y cogestión en las decisiones que inspiran sus principios. Es una instancia promotora de desarrollo local. (Chaparro, 2005, en línea)

Las emisoras comunitarias de América Latina están construyendo un modelo de sostenibilidad en la actualidad, esto con el fin de lograr la permanencia de los procesos sociales que adelantan. Igualmente se busca que las emisoras generen incidencia social para contribuir con cambios favorables en la comunidad, no sólo desde quienes escuchan la producción, sino de los miembros de la organización.

Lo anterior lleva a entender la sostenibilidad desde el marco de un compromiso social y una ética que definen como prioridad al ser humano, por ende, los elementos que se desarrollan deben responder, a la construcción de una América Latina con democracia, justicia y equidad. Por último, la sostenibilidad involucra una visión articuladora, donde se conjuga lo organizacional, lo social y lo económico, aspectos que se desarrollaron a lo largo de esta investigación.

No sobra aclarar que la sostenibilidad surge como algo de la vida diaria, no es eventual el considerarla, dentro del lenguaje de las emisoras y de las redes. Es una necesidad que se ha reconocido y permite medir la distancia que hay entre lo que las radios son y lo que desean ser y tener en el futuro.

Por otra parte, como un conjunto de elementos, se requiere que el proyecto de la emisora tenga sentido, trascendencia y utilidad dentro de la comunidad a la que pertenece; es decir su Proyecto Político Comunicativo (PPC). Por lo anterior:

El trabajo para alcanzar la sostenibilidad no es algo del azar, de la buena suerte o de un esfuerzo extremadamente altruista que exige el sacrificio de muchos. Es un trabajo que debe ser concebido como un proyecto social y político en el campo de la comunicación que puede manejarse de manera organizada, racional y exitosa. Por esto no es un equilibrista en la cuerda floja, sino todo lo contrario. (ALER y AMARC ALC, 2008, en línea)

Para coordinar fuerzas no es suficiente que todos los miembros se identifiquen con los objetivos y metas, es necesario que los miembros reconozcan los valores que priman sobre el proyecto comunicativo. Si bien hay ejercicios de gestión que no son parte de las preferencias de los integrantes, para aportar conocimientos y experiencias, en el proceso de construcción de la emisora y más aún del sostenimiento de la misma, es necesario que todos y cada uno se involucren en la búsqueda de condiciones que mejoren y garanticen la sostenibilidad del proyecto.

Al hablar de la sostenibilidad es claro que no se trata de un aspecto para resaltar entre las labores que eligen los comunicadores, desde luego es y sigue siendo un tema que carece de claridad dentro de los proyectos y su viabilidad frente a la autonomía. Igualmente la sostenibilidad de una emisora comunitaria se trata tan solo de uno de los muchos factores que posibilitan el proyecto de comunicación, al orientarse desde esta perspectiva hacia los objetivos desde los cuales ha sido planteado, dicho de otra manera, la sostenibilidad es la generación de condiciones de posibilidad.

Las emisoras comunitarias se encuentran impulsadas por un proyecto general, que requiere de continuidad para realizarse y para recrearse. En otras palabras es un proyecto dado a largo plazo, con miras al futuro y como una tarea inacabada que precisa constante participación de los miembros de la comunidad, que a su vez se involucran en cada una de las actividades, aportan ideas y se enfrentan a los retos diarios de una empresa con propósitos claros y bien definidos.

La sostenibilidad de una organización es la posibilidad de darle continuidad a un proyecto. Involucra la capacidad que tiene un grupo humano de mantener en funcionamiento la radio y de hacerla crecer. Para considerar la sostenibilidad de una emisora comunitaria, debemos tener en cuenta dos aspectos. Uno externo y otro interno. (Lamas, 2003, en línea)

A saber, el contexto de la radio cambia permanentemente. En términos económicos, se modifica o surge una nueva emisora se convierte en competencia y apuesta por la

misma audiencia. Un proyecto es sostenible cuando puede procesar los cambios que se producen en el exterior, es decir, cuando puede adaptarse a nuevas realidades, aunque éstas le sean adversas.

Una organización es sostenible cuando también puede resolver los problemas que nacen en su interior, la relación de filiación del entorno no se da exclusivamente desde el ámbito económico. No obstante, la sostenibilidad no solo abarca este aspecto; pues aún incluso al haber logrado su autofinanciamiento, no hay garantía de que cumpla a cabalidad las funciones que le corresponden y que supla las necesidades de la audiencia. Dicho lo anterior, los recursos se generan invocando a la imaginación y al compromiso de los miembros de la radio; se apela a donaciones, fiestas, integraciones, rifas, ventas de accesorios, gestión de proyectos con agencias de cooperación y programas de gobierno, club de amigos, intercambio de servicios, etc.

En este punto cabe aclarar que muchos medios comunitarios, para el caso de esta investigación, las emisoras comunitarias de la ciudad de Medellín, en ocasiones optan por generar producciones audiovisuales a terceros, patrocinios o publicidad, buscando recursos ante la falta de una política pública que determine recursos fijos para la sostenibilidad de los medios.

plantea que si bien la cuestión de la sostenibilidad es un reto, el camino para resolverlo es concebir a la radio como un centro cultural en el que hay un montón de actividades, donde la radio funciona y tienes en ese centro una cafetería, centro de baile, tienes ingresos propios (Ver Anexo 7. Resumen de entrevistas) (López Vigil J. I., 2015)

Es posible comparar la sostenibilidad de la radio con estrategias de marketing con el fin de generar ingresos económicos loables en torno a la programación, para ello es necesario que comunicacionalmente se ejecute un proyecto claro, basado en un gerenciamiento que abone credibilidad. Para visualizar este aspecto basta con reconocer que si la radio que se había establecido otrora entre la comunidad no logra adaptar sus estrategias de programación a una nueva, respondiendo a las expectativas

del público y ante la competencia de una que surja, puede perder su audiencia o disminuirla significativamente y una radio sin audiencia, no es una radio.

Para ilustrar lo mencionado anteriormente algunas precisiones sobre la noción de «sostenibilidad». Se suele indicar que este concepto se deriva de las propuestas para impulsar un «desarrollo económico sostenible» que permita «satisfacer nuestras necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas». Sin embargo -aunque tal vez la palabra se haya tomado inicialmente de ese modelo de desarrollo- las y los gestores de las radios comunitarias han construido sus propias ideas sobre la sostenibilidad, un marco de referencia para pensar, a partir de la propia experiencia, la gestión de las emisoras. (Revista cara y Señal, 2007, en línea)

De allí es evidente que el factor que se denomina sostenibilidad económica es tan sólo uno de los muchos que inciden en el proceso de comunicación comunitaria, además de ello confluyen en tal proceso, la sostenibilidad social e institucional. Esto se traduce en el resultado de condiciones organizacionales, sociales y económicas. Por ende las relaciones con la comunidad -geográfica, cultural o social, se convierten en pilares de la sostenibilidad, de manera que se fortalezca y proyecte en una economía solidaria y equitativa que no deja de lado la programación, la relación con la comunidad y el compromiso desde la construcción, partiendo de la perspectiva de reflexión de los mismos sujetos.

Al considerar este desafío, surge la cuestión de la inversión y la capitalización, pues como se ha mencionado con anterioridad, la emisora comunitaria debe contar con una capacidad de inversión que garantice su sostenibilidad a largo plazo.

Igualmente se ha hecho mención sobre estrategias que permitan generar la autosostenibilidad y que propendan por lograr un proyecto comunicativo autónomo, pero es plausible contar con aportes de asociados, los cuales pueden ser personas

naturales o jurídicas, pues su sentido de pertenencia con la emisora es primordial para la sostenibilidad y fortalecimiento del medio comunitario.

Ahora bien, es importante tener en cuenta el mercadeo, ya que es un área fundamental para garantizar la sostenibilidad económica de la emisora como una organización socioempresarial, pues al realizar una estrategia de mercadeo, conjuntamente con los elementos relacionados en producto, precio y cobertura se deben definir cuántos recursos se deben gestionar, en qué tiempo y cómo conseguirlos.

A la luz del concepto de *empresa social sostenible*, surgen cuatro dimensiones dentro la gestión de un medio comunitario. Estas son:

- a) La dimensión comunicacional, en la que se trabaja para construir una programación radial diversa, con espacio para distintas audiencias, intereses y orientaciones y con calidad en su lenguaje y sonido.
- b) La dimensión político cultural, en la cual la radio define el tipo de sociedad al que le quiere apostar, los actores sociales que tiene cerca y con quiénes quiere interactuar y el tipo de relación que establece con cada uno de ellos para lograr lo anhelado. El trabajo en esta dimensión se orienta por una característica esencial de la radiodifusión comunitaria: ser garante del derecho a la comunicación que tienen todas las personas como elemento clave en la construcción de una sociedad democrática.
- c) La dimensión organizacional, en la que se pretende construir un ambiente de trabajo grato y fértil, en donde los aportes profesionales y la riqueza de la forma de ser de cada persona, contribuyan a generar una organización cálida y de calidad.
- d) La dimensión económica, que le permite a la radio captar los recursos y los medios suficientes para seguir funcionando y crecer, mejorar sus equipos técnicos, vincular laboralmente a su personal y construir nuevos desarrollos de su proyecto comunicativo. (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicación, 2010, en línea)

Para aclarar las dimensiones que intervienen en la gestión de una emisora comunitaria, el siguiente esquema ilustra la interacción de cada elemento.

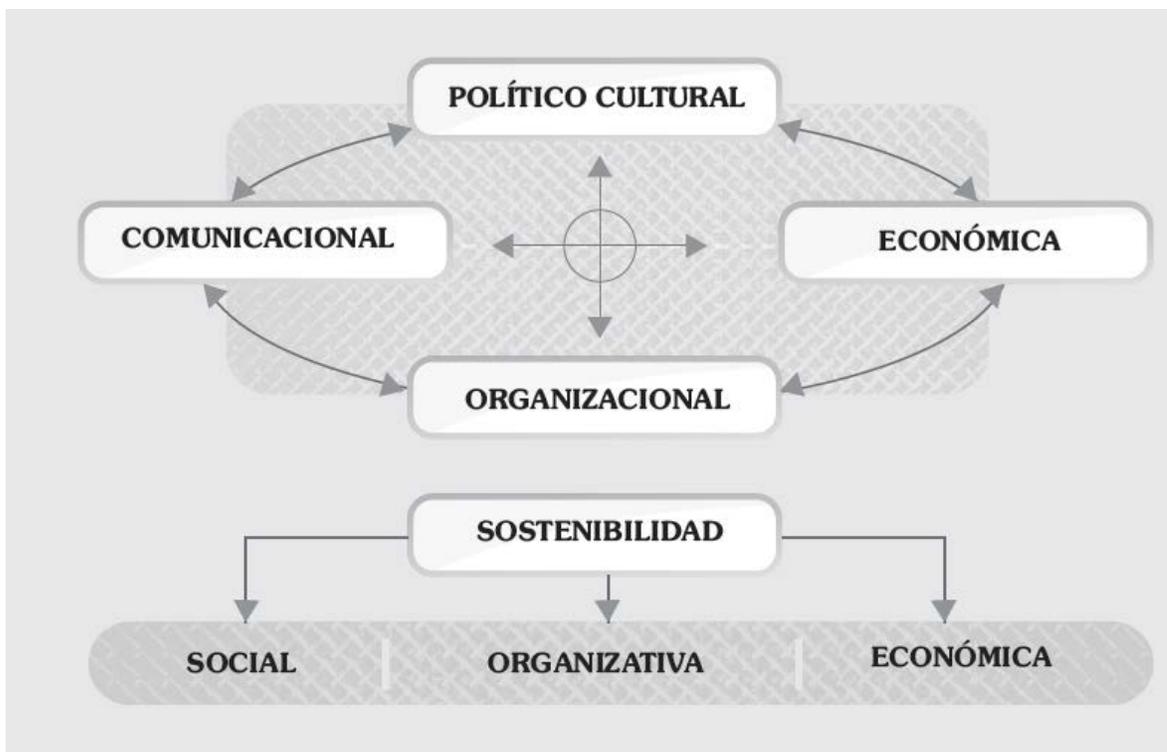


FIGURA 2. Sostenibilidad

Tomado de: Gerencia y gestión en la radio comunitaria, Ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones. Herramientas para la gestión. 2010

Puesto que cada uno de los aspectos que se adhieren al concepto de sostenibilidad, funcionan de manera integral, si la emisora cuenta con ingresos financieros, ideas óptimas, pero sus miembros no se proponen llevarlas a cabo, no hay un compromiso para adelantar las metas trazadas y no se responsabilizan por desarrollar las tareas, resulta un proyecto frustrado. Igualmente, la emisora requiere de un posicionamiento que refleje el reconocimiento y la importancia social, en este caso es la conciencia de la comunidad un actor fundamental, que evidencia las relaciones con los miembros de la misma. Si bien se requieren recursos, la gestión y el buen manejo de los mismos, son necesarios como parte del proyecto.

Retomando la Política de Radiodifusión comunitaria en Colombia, vigente para el año 2007, bajo las orientaciones del entonces Ministerio de Comunicaciones de Colombia, se describen algunos aspectos que imposibilitan la consecución de los objetivos de las emisoras comunitarias.

Muchos de los proyectos comunicativos explícitos o no explícitos, no incluyen o prevén una planeación, ni procesos de ejecución, ni administración, que les permitan proponerse como empresas sociales sólidas y sostenibles, tanto social como económicamente, con posibilidades de crecimiento a partir del desarrollo de proyectos de comunicación integrales. Puntualmente se pueden identificar las siguientes falencias:

1. Muchas de las emisoras, a pesar de tener algunos parámetros de planificación, no logran llevar a la práctica procesos eficientes y en consecuencia reaccionan de manera casuística e improvisada frente a nuevos retos y situaciones.
2. A pesar de que la mayor parte de los ingresos de las emisoras comunitarias provienen de la pauta local, la mayoría de las Emisoras Comunitarias se encuentran en contextos donde existen pocas posibilidades de recibir aportes financieros de los sectores locales. También se da el caso de que impulsen programaciones de corte comercial en las emisoras comunitarias como respaldo a sus pautas.
3. En relación con las fuentes de financiación, se constata, en opinión del 80% de las personas consultadas, que la mayor parte de los ingresos provienen de fuentes locales y que las pautas durante el desarrollo de programas específicos, aportan los mayores recursos, seguidas por el patrocinio local y la venta de espacios. Se considera también que un porcentaje alto de emisoras deben realizar eventos no necesariamente radiales para financiar la emisora como: conciertos, rifas, bingos, bazares etc. En cuanto a fuentes institucionales, son las entidades locales las que

dan los mayores aportes, seguidas de la ayuda de internacional, muy por encima de la departamental y nacional.

4. Las emisoras han expresado en numerosas ocasiones que, dada la metodología para calcular el valor de las contraprestaciones anuales, el monto resultante no corresponde a sus capacidades económicas reales.
5. Muchas empresas, organismos o entidades con posibles recursos e interés en financiar programas o franjas de programación de impacto social, tienen una visión instrumental de la comunicación y esperan transformaciones inmediatas como resultado de su inversión en estos medios.
6. El fenómeno de las Emisoras Comunitarias es reciente y su impacto y nivel de incidencia en la vida nacional aún no es ampliamente percibido. Los Planes de Desarrollo municipal o departamentales aún no contemplan la inversión en esta área como significativa para el impulso de las políticas de gobierno y el desarrollo local y regional. (Ministerio de Comunicaciones, 2007)

Algunas emisoras logran mayores niveles de autonomía en unos aspectos más que en otros. En algunos casos, las radios comunitarias obtienen altos niveles de autonomía política, pues la misión y los objetivos que alinean a la emisora no son más que el fruto de las ideas y las aspiraciones del equipo que la compone. Sin embargo, ninguna emisora logra una autonomía total de su entorno, porque toda organización tiene una relación de interacción constante con el mismo, pero la autonomía no representa que el contexto no genere transformaciones en el interior, la organización tiene la capacidad de tomar decisiones. Por lo anterior, es claro que la emisora se constituye como un espacio de participación ciudadana.

Entonces, para considerar la sostenibilidad del proyecto comunitario es necesario retomar aspectos como el contexto en el cual se encuentra, debido a que se transforma constantemente, el ámbito económico se modifica o el surgimiento de una nueva emisora que se adhiere a los gustos de los oyentes y apuesta por mantenerse.

La dependencia de los medios comunitarios no está en los recursos, está en la mente, en qué quiero hacer con el medio. La sostenibilidad es un problema ideológico. Es una sostenibilidad ideológica, a largo plazo. Así, el proyecto político comunicacional es fundamental para la sostenibilidad en la radio. (Fajardo & Tibaduiza, Sostenibilidad de las emisoras comunitarias, 2015)

Desde esta óptica, un proyecto es sostenible económicamente bajo la obtención de los recursos materiales necesarios y a la vez la gestión eficaz para el desempeño de sus objetivos. Así como es posible determinar un perfil para la programación, en tanto se toman medidas sobre los programas que salen al aire o sobre la agenda informativa, es necesario fundar criterios económicos que permitan gestionar y administrar recursos de manera eficaz, para tomar decisiones que no resulten desfavorables.

Lamas (2003) plantea que “se conoce como sostenibilidad económica a la construcción de una base económica sólida que permita desarrollar de forma sostenida y continua los objetivos que nos planteamos”. (en línea)

De la misma forma el autofinanciamiento representa que una organización no depende de otra, ni que dentro de sus fuentes haya una que se encargue totalmente del financiamiento, esto significa que tampoco una organización no gubernamental se encargue del presupuesto, porque de ser así, podría verse afectada en cortes y decisiones tomadas por la ONG.

La sostenibilidad se entiende como el proceso paralelo a todo emprendimiento e iniciativa social, que permite y prevé su perdurabilidad en el tiempo, su fortalecimiento estructural y la posibilidad de realizar ajustes y cambios necesarios, a través de mecanismos e instrumentos adecuados para su continuidad y su proyección. (ALER y AMARC ALC, 2008, en línea)

No obstante, es necesario considerar que es un derecho de los medios el recibir la colaboración del Estado, en este sentido, se va a hablar de la gestión de los miembros

de la emisora, sumado al aporte que hace el sistema estatal a los medios comunitarios y que con el trabajo unívoco de los integrantes de la organización y los oyentes que participan del proyecto comunicativo, es posible lograr un medio de gran desarrollo. La exclusividad del financiamiento estatal, no es una estrategia viable, pero la contribución gubernamental va a significar el incremento de posibilidades de participación, intervención por parte de la comunidad y la ampliación de derechos y prácticas democráticas de diversidad y reconocimiento.

...es un derecho que tienen los medios comunitarios a recibir aportes públicos. Creo que los medios comunitarios, han sido, durante más de sesenta años que existen en América latina, en general perseguidos, prohibidos o se ha buscado achicarlos a su mínima expresión; se ha buscado que no tengan ningún tipo de crecimiento y hoy después de muchos años de lucha, se está logrando que sean reconocidos legalmente y que no se les pongan trabas ni de potencia, ni de cobertura, ni de posibilidad de vender publicidad, lo cual es producto de muchos años de lucha y esa lucha también ha clarificado el hecho de que parte del financiamiento de estos medios debe venir del sistema público, porque son medios que justamente lo que hacen es ampliar derechos, abrir micrófonos a mucha gente y a muchas opiniones; hasta estéticas, culturas que no están contenidas en los medios de difusión tradicional. Razón por la cual, hoy se busca la manera de que tengan aire, tengan micrófono, de que tengan voz pública. A mí no me asusta que esa sea una de esas líneas que puedan tener estos medios. Sí, el problema sería que sea la única, porque eso de alguna manera genera dependencia, también que se adapten los contenidos a determinada mirada, o no ser revulsivo con las críticas estatales. A terminar haciendo algún tipo de proselitismo. En ese sentido me parece que hay un riesgo. (Ver Anexo 7. Resumen de entrevistas) (Lamas 2015)

Es por ello que los medios comunitarios tienen un marco que los referencia, como canales que dan voz a la cultura no comercial, pues no tienen un lugar en los medios

hegemónicos. Se busca generar organizaciones de participación social, que sean sostenibles social y económicamente.

Por otra parte se habla de la cooperación internacional como un aporte en el que tanto personas como áreas completas se encargan de producir proyectos y generar ingresos para la subsistencia de la radio. Dicho lo anterior, al referir sostenibilidad en la radio se alude a coordinar, gestionar colectivamente dimensiones como la político cultural, comunicacional, técnica, social, económica y organizacional.

De acuerdo a Lamas (2003) “en términos de autosostenibilidad se habla de la posibilidad de darle continuidad de un proyecto y conviene en tanto el grupo humano puede mantener en funcionamiento la radio y su crecimiento”. (p.20)

De acuerdo con lo anterior, es responsabilidad de la organización gestionar y promover la participación de todos sus miembros, para de esta manera generar conciencia y pertenencia a través de mecanismos en los que se vele por producir contenidos de calidad, así como una programación que integre los intereses de la comunidad.

Teniendo clara la transversalidad de la sostenibilidad, su carácter integral logra permear diversos ámbitos como los proyectos comunicacionales, las ideologías, las formas de organización y movilización social y las estrategias que se adelantan dentro de una comunidad para gestionar recursos. Una vez se ha logrado la concientización frente a la sostenibilidad de cara al desarrollo, es posible generar una transformación, pues cuando la comunidad se apropia de esta visión, sus miembros empiezan a actuar en pro de su propio progreso.

Durante la segunda mitad del siglo XX, se propiciaron debates en torno al crecimiento demográfico, el crecimiento económico, la cultura alternativa que buscaba romper con patrones de consumo mediáticos y la movilización social. Así, se cuestionaba la satisfacción de las necesidades de la población, las cuales ya no solo estaban vinculadas a factores básicos de supervivencia, sino también a aspectos culturales, comunicacionales y de reconocimiento y organización colectiva, más adelante

compilados en los Derechos de Tercera Generación, los Derechos Colectivos y del Medio Ambiente.

En este marco, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (F.A.O.) propone el concepto de Desarrollo Humano, buscando darle un enfoque alternativo al tema del desarrollo, de manera que no se redujera a lo referente a la acumulación e inversión de la riqueza. Este concepto, está orientado hacia la existencia de oportunidades y posibilidades de elección de las personas, frente a su proyecto de vida en lo referido a su educación, empleo, participación comunitaria y diálogo cultural.

Desde la ONU, se han propuesto una serie de dimensiones del **Desarrollo Humano**, las cuales se han ido ampliando en la medida en que desde disciplinas como la Sociología y la Antropología se ha analizado su aplicabilidad, sus manifestaciones, la estructura social que propone entre los actores e instituciones en la sociedad y los retos que el siglo XXI ha presentado para las comunidades. Estas dimensiones son:



FIGURA 3. Dimensiones del desarrollo humano  
Tomado de <http://hdr.undp.org/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-es-el-desarrollo-humano>

El economista Manfred Max-Neef (1998) ha planteado el *Desarrollo a escala humana*, el cual solo es posible alcanzarlo en la medida en que se genere una articulación entre las actividades humanas, la naturaleza, los procesos globales, las dinámicas locales y

la tecnología, solo así se evidenciará una verdadera autodependencia entre la sociedad civil y los entes públicos y privados del sistema sociopolítico contemporáneo.

Para el tema que compete a esta investigación, es primordial retomar la participación en la vida política y en la comunidad, en este caso desde las emisoras comunitarias, en tanto permite que el Proyecto político comunicativo, que se construye en cualquier medio comunitario, alcance realmente sus objetivos y potencialice las capacidades del colectivo a partir del cual surgió.

El Desarrollo a Escala Humana apunta hacia una necesaria profundización democrática. Al facilitar una práctica democrática más directa y participativa puede contribuir a revertir el rol tradicionalmente semi-paternalista del Estado latinoamericano, en rol estimulador de soluciones creativas que emanen desde abajo hacia arriba y resulten, por lo tanto, más congruentes con las aspiraciones reales de las personas. (Max-Neef, 1998, en línea)

Desde las posibilidades que ofrece a distintos sectores de la comunidad para expresar sus puntos de vista, la respuesta de los oyentes, hasta el modo que los diferencia de los demás al informar acerca de sucesos que impactan el contexto local, se puede identificar si realmente se está contribuyendo al desarrollo humano y a la, ya explicada, construcción de ciudadanía, liderada por los mismos sujetos, en dinámicas de carácter horizontal.

Estos procesos de protagonismo creciente resultan, pues, decisivos para articular proyectos que expandan la autonomía nacional y que socialicen de manera más equitativa los frutos del desarrollo económico. De allí que sea indispensable zanjar la creciente atomización de movimientos sociales, identidades culturales y estrategias comunitarias. Articular estos movimientos, identidades, estrategias y demandas sociales en propuestas globales no es posible mediante la homogeneización. (Max-Neef, 1998, en línea)

De acuerdo con Néstor García Canclini, se puede entender que al mercantilizar y estandarizar la cultura y la comunicación, las **Industrias Culturales**, inciden en la pérdida de la identidad cultural y en la organización social. Sin embargo, se propone desvirtuar esta visión economicista, para comenzar a vislumbrarla desde el beneficio generado por la estimulación de la economía, la creatividad, la pluralidad y las oportunidades que se generan entre los miembros de las distintas comunidades.

Es precisamente por esta vía por las que García Canclini (2011) caracteriza y analiza las Industrias Culturales, y su impacto en las dinámicas de integración en América Latina, en lo referido al desarrollo, al reconocimiento de la diversidad y a la promoción de la creatividad en las distintas expresiones culturales, en medio de procesos de industrialización e internacionalización de la producción cultural.

Las Industrias Culturales son definidas como el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento, y el acceso creciente de las mayorías. (García Canclini, 2011, en línea)

Por consiguiente, las Industrias Culturales deben ser comprendidas tomando en cuenta su doble faceta como recurso económico enfocado a su máximo aprovechamiento y a la contribución al desarrollo económico, y como fuente de identidad y cohesión, orientada a favorecer la creatividad y la diversidad. Las Industrias Culturales deben propender por generar un conjunto de significados compartidos dentro de lo que nombra García Canclini (2011) como una *unidad solidaria de ciudadanos que reconocen sus diferencias*, enmarcados en los retos que presente el modelo neoliberal, que si bien ha abierto algunas fronteras en lo que concierne al intercambio de información, también favorece a conglomerados privados por encima de las iniciativas comunitarias de comunicación.

El desarrollo tecnológico en este campo se ha dado paralelo a un aumento de la búsqueda de la participación plural, como expresión cada vez mayor de las demandas democráticas, sociales y culturales en el mundo contemporáneo. Lo anterior produce una tensión no resuelta. La producción mediática, por razones técnicas, conlleva una gran diferencia de oportunidades para quienes quieren acceder a ella. (Ministerio de Comunicaciones, 2007, en línea)

Frente a las ventajas que el contexto contemporáneo ofrece para el flujo de información, se evidencia el surgimiento de un público que recibe mensajes desterritorializados, que a su vez asume el rol de productor de otros mensajes con puntos en común respecto a los que recibió en primera instancia. Esta dinámica es propia de la circulación de la producción cultural, primordialmente a través de Internet, y también a través de convergencias digitales que se presentan entre tipos de medios tradicionales y contemporáneos como el caso de las emisoras comunitarias virtuales, o la televisión y la radio con presencia simultánea de público a través del chat o de las redes sociales.

Así, se puede entender entonces, que la esfera pública está adquiriendo un nuevo significado en un escenario en el que el Estado, frente al mercado, reduce su papel en términos paternalistas. A esto se suma, la crisis de los niveles de representación clásica tales como partidos y sindicatos, y la creciente competencia por los mercados mediáticos, estableciendo patrones de pensamiento y afectando la veracidad de la información emitida.

Por una parte existen fuerzas de mercado que promueven la apropiación privada y a la comercialización de conocimientos y accesos privilegiados, de tal manera que se desvirtúa la naturaleza colectiva de la creación propia de la humanidad actual, de sus saberes y habilidades que resultan de las experiencias acumuladas de distintos sectores. Por otra parte surgen, y en algunos casos se multiplican, las tendencias y fuerzas que buscan permitir la divulgación y la circulación libre de conocimientos y del uso de tecnologías, que benefician a

todos, de manera mucho más abierta y democrática. (Ministerio de Comunicaciones, 2007, en línea)

La transferencia de funciones clásicas de los aparatos comunicacionales y de política cultural de los Estados nacionales, a radios comunitarias se ha concebido desde el punto de vista de García Canclini (2000), como un obstáculo ya que el Estado abandona el cumplimiento de sus fines, violando el contrato establecido con la sociedad civil. Sin embargo también puede ser una oportunidad en tanto se dé una participación activa y efectiva, la cual solo se puede alcanzar, en la movilización social constante de los miembros de una comunidad, en aras de constituirse como protagonistas ciudadanos, rompiendo al tiempo, con el paradigma del asistencialismo estatal. Se debe propender por lograr una dinámica de autosostenibilidad, construcción de ciudadanía y democratización de la información y la comunicación.

Para examinar el engranaje mediante el cual funciona el Proyecto Político Comunicativo, se presenta la siguiente figura:

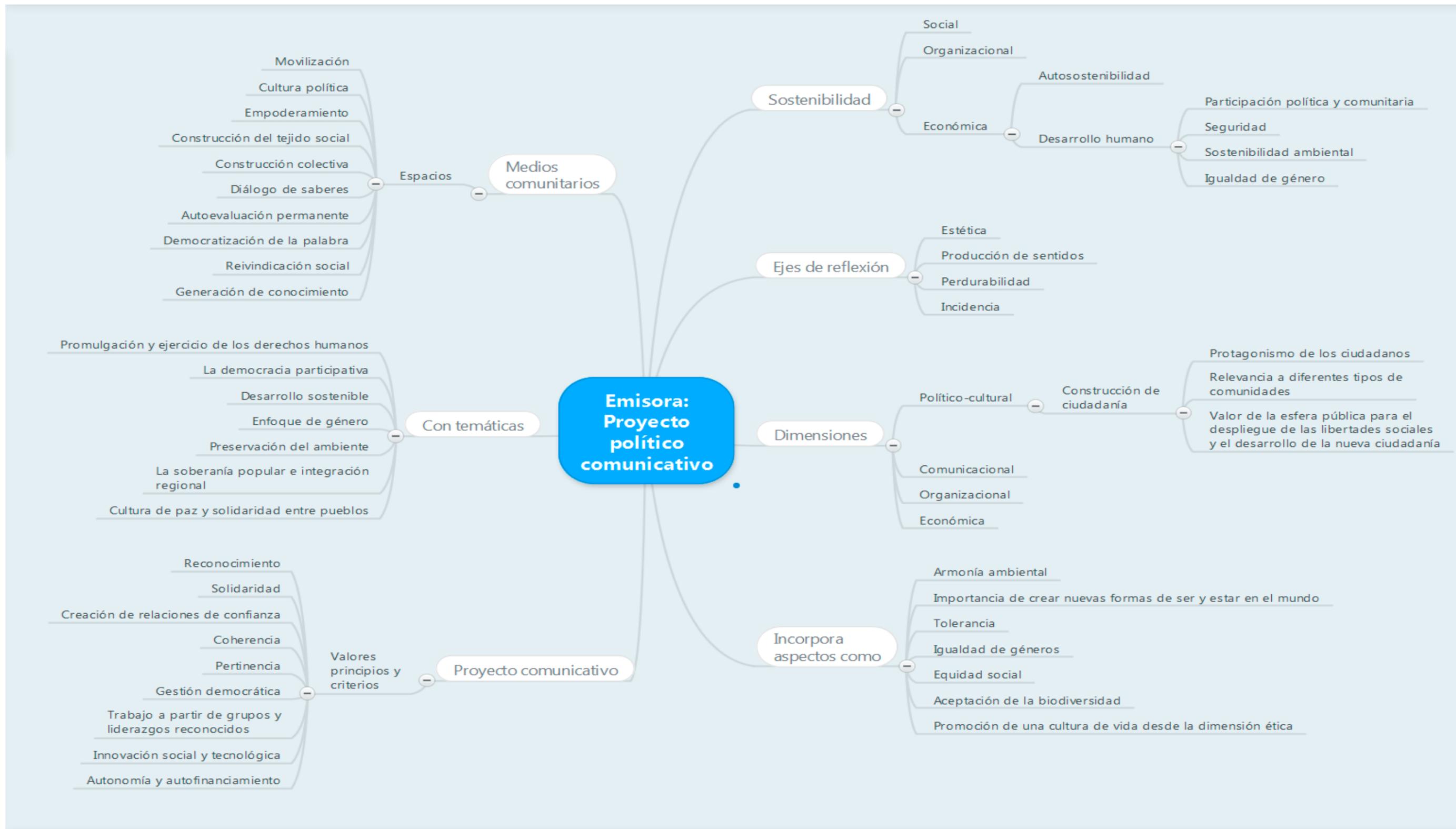


FIGURA 4. Proyecto Político Comunicativo

Fuente: Elaboración propia

## CAPITULO 3

Considerando los conceptos concernientes a la emisora comunitaria, es necesario entender la trayectoria de este medio a través de la historia tanto a nivel nacional como internacional, para lo cual se ha hecho una mirada histórica a la emisora comunitaria y a las experiencias que se han dado, apartados que se encuentran a continuación:

### 3.1 Mirada histórica a la Emisora Comunitaria

A través del devenir histórico de los medios de comunicación se han constituido diversos elementos que han contribuido a su conceptualización, debido a la incidencia de distintos factores que permiten que, a partir de la memoria histórica y la tradición oral, se dinamicen las imágenes que se construyen desde los mensajes escuchados y el eco que estos producen.

La radio, surge gracias a las investigaciones acerca de las ondas electromagnéticas propagadas y reflejadas sobre el espacio, realizadas por Heinrich Hertz. Posteriormente, con el diseño del dispositivo de radiodifusión por Guglielmo Marconi en 1901, se dio un paso fundamental en la difusión de información, no solo desde el ámbito militar, sino también posibilitando que la información trascendiera fronteras geográficas, de una manera mucho más rápida, aunque no del todo efectiva, ya que la seguridad de los mensajes se veía afectada. Para la navidad de 1906, se va a llevar a cabo la primera radiodifusión pública, emitiendo música y locución (canción *Holy Night*, y pasajes de la Biblia), en Brant Rock Station, Massachusetts, por Reginald Fessenden. (Para ilustrar esto Ver Anexo 8. Línea del tiempo la radio en el mundo.)

Así, en los años siguientes se dio la proliferación de ondas de radio en los sistemas de comunicación marítima, que se intensificó a raíz del naufragio de un trasatlántico británico, en su viaje desde Southampton a Nueva York, y las dificultades que se presentaron en la comunicación entre los barcos que navegaban en el momento, pidiendo auxilio, lo cual marcó el origen de las emisiones públicas radiales a partir de 1912. A raíz de esto, se comenzó a pensar en la posibilidad de reglamentar las emisiones radiofónicas, de manera que las comunicaciones fueran más eficientes.

Aunque muchos consideraran una desventaja la carencia de seguridad en los mensajes transmitidos, pues cualquiera que tuviera un receptor de radio podía acceder a ellos, para 1920 se inicia la emisión de programas de entretenimiento, liderada por la empresa Westinghouse, fabricante de transistores, la cual decidió establecer su propia estación en Pittsburg, Pennsylvania, y el 2 de febrero de este mismo año la estación KDK emitió la primera transmisión pública. Su impacto fue tal, que se hizo evidente el afán por desarrollar nuevos receptores.

Para principios de la segunda década del siglo XX, el gobierno estadounidense asignó las primeras frecuencias radiales, llevando a que en 1922 surgiera la radio comercial, la cual realizaba cuñas publicitarias, y permitió que se incentivara el comercio de distintos productos. En 1923 aparecen los primeros programas radiales de narraciones e historias, y en 1932, los primeros comerciales cantados.

Los anteriores datos, permiten establecer la transformación que la radio va obteniendo con el tiempo y especialmente cómo cambia a partir de su uso. En esa medida, en el desarrollo de la radio se pueden identificar dos modelos: El comercial surgido en Estados Unidos, con la intervención de empresas como Westinghouse, General Electric, AT&T y RCA. El financiamiento de las 570 estaciones que existían para 1922 en el país norteamericano, provenía de la venta de transmisores y receptores, venta de tiempo-aire a difusores y anunciantes, y por concesionar programas a través de las redes de estaciones.

El modelo de servicio público nació con la BBC en la Gran Bretaña, impulsado por John Reith, cofundador y primer director de la BBC, en cierta forma como rechazo al carácter exageradamente publicitario, a la concesión de los programas de las cadenas nacionales y a un control gubernamental relativamente complaciente del sistema comercial estadounidense. En 1922 nace la British Broadcasting Company, constituida por un consorcio de fabricantes de receptores domésticos que utilizaban la radio para la venta de aparatos de radio. Desde el inicio la empresa estuvo supervisada estrechamente por funcionarios y expertos técnicos gubernamentales. (Ramos V. M., 2007, en línea)

Los principios de este modelo, eran el rechazo a la radio comercial, disponer los contenidos a la comunidad y el control a su difusión. Este modelo además, va a ser parte fundamental en el nacimiento de la radio comunitaria, la cual se encuentra relacionada con el servicio de radiodifusión europeo de la década de los 20's del siglo pasado. En este continente aparecieron dos tipos de radio, que contribuyeron a la radio de servicio público, y que a su vez se orientaron hacia el beneficio de los radioescuchas, sobre todo a través de las radios piratas y radios libres, en las décadas de los 60's y 70's, respectivamente.

Es fundamental, mencionar el nacimiento en la década de 1920, de los radio-clubes obreros, que transmitían para que los obreros tuvieran acceso a la cultura, y combatir la polarización de la información por parte de la clase dominante, todo esto influenciado por las transformaciones generadas a partir de la Revolución Rusa de 1917.

En países latinoamericanos como Colombia, Argentina, México, Brasil entre finales de la década de 1920 y 1930, surgen las primeras emisoras y cadenas radiales privadas, aunque con el apoyo de los gobiernos, pues también veían la necesidad de comunicarse con los habitantes de zonas aisladas, a través de éstas. Así mismo, fue fundamental la presencia de radioaficionados que estuvieran dispuestos a operar los transmisores. A continuación se presenta una tabla resumen de la fundación de las emisoras en América latina:

País	Fecha	Emisora
Argentina	27.08.20	Sociedad Radio Argentina
Bolivia	29.09.28	Radio Chuquisaca
Brasil	20.04.23	Rádio Sociedade
Chile	26.03.23	Radio Chilena
Colombia	07.08.29	HJN, Radiodifusora Nacional
Costa Rica	?05.23	NRH, La Voz de Costa Rica
Cuba	22.08.22	2LC
Ecuador	? — 1926	Radio París
El Salvador	01.03.26	AQM
Guatemala	15.09.30	Radio Nacional, TGW
Honduras	? — 1928	La Voz del Trópico, HRV
México	27.10.21	XEH
Panamá	?12.34	Radio Miramar
Paraguay	20 07 24	ZP5 Radio Paraguay
Perú	20.06.25	OAX
Puerto Rico	3.12.22	Radio Corporation of Puerto Rico, WKAQ
R. Dominicana	21.09.26	Radio Club Santo Domingo
Uruguay	19.09.22	Radio Paradizábal
Venezuela	23.05.26	Radio AYRE

FIGURA 5. Fundación de emisoras en América Latina  
Tomado de: Merayo A. (2008,p.13)

El año es 1931, mes de septiembre. De repente, una emisora de radio entra al aire, en la ciudad de Rio Grande, en la zona sur del estado. Se inauguraba la primera emisora (pirata) de radio de la ciudad más antigua del Rio Grande do Sul. La radio pirata se transformó en la Radio Sociedad del Rio Grande, que pasó a transmitir oficialmente en 1932. (Cesar, 2013, en línea)

El nacimiento de la radio en Colombia, va a estar determinado por el inicio de experiencias con la primera estación radiotelegráfica de la Marconi en 1915, así como por la telegrafía inalámbrica que permitió la circulación de comunicaciones sin cable, gracias a la inauguración de la estación internacional de Morato en Engativá, Cundinamarca, por el presidente Pedro Nel Ospina en 1923.

La radio se configuró como un medio de integración, en un país en el que la infraestructura aún era incipiente y en el que gran parte de la población, se concentraba en zonas rurales aisladas y ajenas a los procesos de industrialización de los centros del país. La inauguración de la primera emisora del país se produjo el 7 de agosto de 1929, la HJN.

El 5 de septiembre de 1929, gracias a las gestiones del Ministro de Correos y Telégrafos, José Jesús García, quien ordenó la adquisición de equipos de onda media de 1 Kw comprados a la firma alemana Telefunken, se iniciaron las transmisiones radiales con la denominada Emisora HJN, que inicialmente funcionó con sus estudios en el Capitolio Nacional y con su planta transmisora en terrenos fiscales en la zona conocida como Puente Aranda, dando origen a la actual Radio Nacional de Colombia. La emisora nacional operaba en la frecuencia de 705 Kcs de la onda media, banda de 425 metros. (Salamanca, 2012, en línea),

Fue el presidente conservador Miguel Abadía Méndez quien promueve la creación de la primera radiodifusora, la HJN.

El 18 de junio de 1928 emitió el Decreto N° 1.182 —primero de su género en el país— cuyo encabezamiento así rezaba: «Por el cual se establecen las condiciones en que el Gobierno puede conceder permisos para la instalación de estaciones transmisoras de perifonía» El término perifonía, (hoy totalmente olvidado) era por entonces el más popular para designar la novedosa actividad. La perifonía nacional, pues, estaba en marcha en Colombia, impulsada desde el Gobierno y en medio de las expectativas del gran público, ya que solo un selecto y privilegiado sector de la población había podido hasta entonces disfrutar de la sintonía de unas pocas estaciones extranjeras de onda corta mediante el uso de los primeros y costosos receptores llegados al país. (STAMATO, 2005, en línea)

En el marco de la historia de la comunicación en Colombia, se evidencian una serie de acontecimientos que han resultado de las dinámicas económicas, políticas, religiosas y culturales, de una sociedad incipiente en lo referido a la alfabetización de la población, a la industrialización y a la inclusión de sectores menos favorecidos como el campesinado y minorías étnicas, así como la transformación en las relaciones de género, y la reacomodación de las ideologías a partir de un contexto internacional convulsionado por las guerras mundiales, e inestabilidad institucional interna.

La radio entra en funcionamiento en Bogotá el 5 de septiembre de 1929, siendo la primera emisora en Colombia y no La Voz de Barranquilla, como se ha afirmado en diversas investigaciones sobre la radio en este país.

En el departamento del Atlántico, nace la segunda emisora con Víctor Amórtegui y Elías Pellet, al fundar el 8 de diciembre de 1929 La Voz de Barranquilla. En 1930, Enrique Olaya Herrera, a partir de su experiencia como embajador en Estados Unidos, promueve la primera estación oficial, la HJN, previamente a la fundación de la Radiodifusora Nacional de Colombia. El alcance de este medio, va a tener un valor agregado a la integración nacional, va a estimular el desarrollo de la industria, debido a que permitía atraer consumidores, incluso en alejadas zonas de población analfabeta. Este mismo presidente va a ser quien apruebe las normativas para la radio comercial.

Al cumplirse el primer año de actividades, el escritor y director de la Radiodifusora Nacional, Rafael Guizado, podía sentirse orgulloso del recuento de su labor y la de sus más inmediatos colaboradores (entre los cuales se destacaba Bernardo Romero Lozano): Diez horas diarias de transmisión, para un total de 3.200 dedicadas a «programas selectos, variados, atractivos, serios y divertidos», preparados por un selecto equipo de colaboradores; intelectuales de gran prestigio. (Stamato, 2005, en línea)

En Medellín, Alfredo Daniels creó la HKO, previa a La Voz de Antioquia; Gustavo Uribe y Roberto Jaramillo fundaron la HKF primera emisora privada comercial en 1930, antes de La Voz de Bogotá y Pompilio Sánchez fundó La Radio Boyacá.

Para el año de 1931, se registraba la existencia de cinco emisoras en Antioquia (Ecos de la montaña), Cali (HKR), Medellín (Medellín radio) y en Bogotá (La voz de Chapinero y La Voz de la Víctor, esta última con programación popular y música típica)

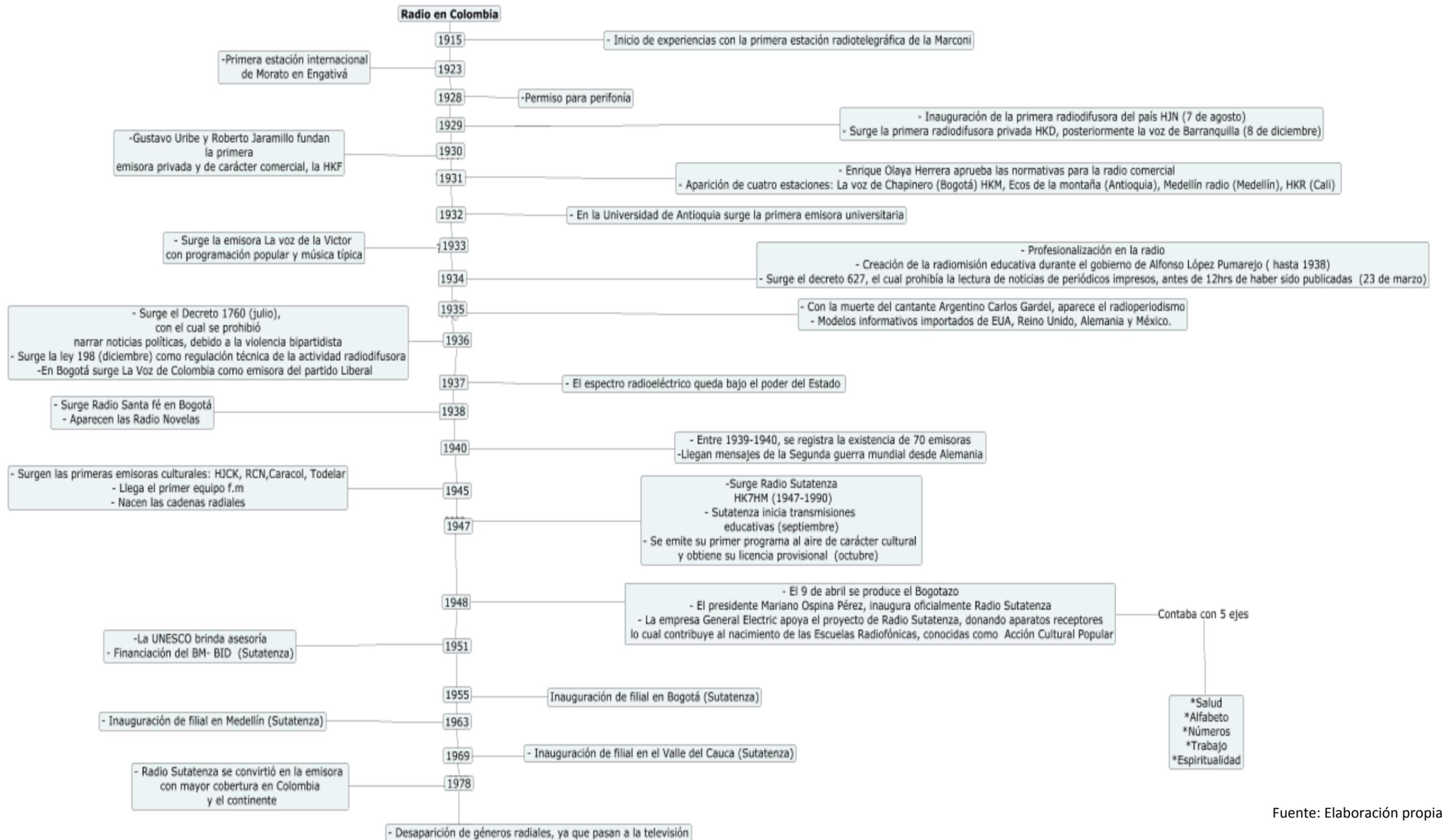
La emisora Radio Santafé, nace en 1932, en la sala de la casa de Julio Bernal, lo cual da cuenta de la apropiación de ciudadanos del común de la radio. En este mismo año, surgió la primera emisora universitaria en la Universidad de Antioquia.

La historia de la radio en Antioquia, en su primera etapa de formación, estuvo marcada por el desarrollo industrial del departamento, reflejándose en la adquisición de transmisores y financiamiento de emisoras por parte de algunas empresas.

Dentro de esos personajes interesados por implementar la radiodifusión en Medellín aparecen el inglés Alfredo Daniels y el ciudadano norteamericano Camilo Halaby, quienes presentaron a varios industriales antioqueños las posibles ventajas comerciales que podrían traer para sus empresas la puesta en funcionamiento de una emisora de radio. Precisamente, fue Alfredo Daniels quien instaló el primer transmisor de onda corta con una potencia de 50 vatios y que permitió el nacimiento de la emisora HKO en el año de 1931, en el sector comercial del barrio Guayaquil. Con el nacimiento de La Voz de Antioquia se presentaron algunas diferencias financieras en el grupo de empresarios que inicialmente apoyaron esta propuesta. Frente a estas situaciones coyunturales, los empresarios de Café La Bastilla decidieron crear su propia estación radial a la cual denominaron "Ecos de la Montaña" en el año de 1932. (SICA, 2008,p.54)

La radio comercial en un principio se desarrolló, a partir del modelo de la Radiodifusora Nacional, emitiendo audiciones musicales, religiosas y literarias; luego, tomando como referencia la experiencia estadounidense, donde a partir de 1932, se presentan cuñas, comerciales cantados o jingles, además de otros formatos radiofónicos, tales como la noticia (noticiero), la entrevista, el radioreportaje, el radioperiódico y la crónica. Los modelos radiales informativos de México, Alemania y Reino Unido, también influyeron en el desarrollo de la radio en Colombia.

Con respecto a la historia de la radio en Colombia, se presenta a continuación una línea del tiempo sobre La radio en Colombia:



Fuente: Elaboración propia

FIGURA 6. Línea del tiempo la Radio en Colombia

En esta década aumenta el número de emisoras comerciales y se desarrolla la Radio Misión Educativa entre 1934 y 1938, durante el gobierno liberal de Alfonso López Pumarejo, así se genera la necesidad de la profesionalización en la radio.

En un principio, el radioperiodismo se caracterizó por los *diarios hablados*, en los cuales se leían las noticias publicadas por los distintos periódicos, en el caso de Antioquia, El Colombiano y El Correo. Esto, llevó a afectar las ganancias de la prensa escrita, al punto de que se implantaran restricciones para la venta de periódicos a las estaciones radiales, pues la población prefería conocer las noticias de manera gratuita a través de la radio, medio que además tenía una mayor cobertura. Así, se conformaron equipos de reporteros que se trasladaban hasta el lugar de los hechos, y que generaba desventaja para los diarios.

En 1934, a raíz de la competencia que se generó entre la prensa escrita y la radio, surgió el Decreto 627/23 de marzo, el cual prohibía la lectura de noticias de periódicos impresos antes de 24 horas de haber sido publicados.

La formación de cadenas radiales, va a caracterizarse por la inversión de industrias nacionales y extranjeras en Sociedades Anónimas, lo cual va a permitir extenderse por distintos puntos del territorio nacional y entrar en una lógica de competencia desde el estilo que cada estación le imprimía a las emisiones y el tipo de programas que emitían. Bajo esta dinámica, surgirían Caracol y Radio Cadena Nacional a finales de la década de 1940. Competían emitiendo programas deportivos referentes al ciclismo, al fútbol, o de entretenimiento como las radionovelas. Para hacerle contrapeso a estas dos cadenas, surge en Cali en 1952, Radio Todelar. A partir de ese momento, van a emerger emisoras en distintos municipios, buscando hacerle oposición a las grandes cadenas.

Denominación	Año de fundación	Número de emisoras en Colombia
Cadena Radial Colombiana (CARACOL)	1948	182
Radio Cadena Nacional (RCN)	1949	163
Circuito Toledar de Colombia	1953	33
Radio Super	1960	
Organización Radilla Olímpica	1969	22
Cadena Melodía de Colombia	1965	13
Grupo Radial Colombiano (Colmundo Radio)	1981	12

FIGURA 7 Fundación de emisoras en Colombia  
Tomado de: Merayo A. (2008,p.193)

En Colombia, el fundador del radioperiodismo, fue Gustavo Rodas Isaza, presentando el primer boletín de noticias en la emisora medellinense Ecos de la Montaña. Sin embargo, se afirma que este género se instaura a partir de la muerte de 26 personas, debido al choque de dos aviones, en el aeropuerto Las Playas, entre los decesos el del cantante argentino Carlos Gardel, el 24 de junio de 1935 en Medellín. Una llamada telefónica a la Voz de Antioquia, inició el relato de la noticia, dándole voz al reportero radial, encarnándola Antonio Henao Gaviria. De esta manera, se le proporcionó al oyente la posibilidad de hacerse una imagen del hecho.

En 1936, el gobierno liberal de Alfonso López Pumarejo, luego de su intento fallido de estatizar los servicios de radio, estableció los requisitos para la asignación de licencias, emisoras, técnicos y locutores. Así mismo controló los radioperiódicos que emitían los partidos políticos en espacios pagados a las emisoras, a través del Decreto 1760 en julio de ese año, así como la promulgación de la ley 198 estableciendo la regulación técnica de la radiodifusión. También surgió un fenómeno caracterizado por la transmisión de programas que las grandes agencias de publicidad o departamentos de mercadeo organizaban según el interés regional o nacional de la empresa. Esto sucedió a partir del aumento de las estaciones, al registrarse 71 funcionando en 27 centros urbanos, de acuerdo a la información proporcionada en la década de los 30's por el Ministerio de Correos y Telégrafos.

Se popularizaron los programas de entretenimiento patrocinados por una empresa como Estrellas Mejoral, de la Sydney Ross. Algunas emisoras adquirieron el nombre de las compañías a cambio del patrocinio: Emisora General Electric, Emisora Philco. Se establecieron concursos con llamadas telefónicas; el programa Coltejer toca su puerta para premiar la sintonía, hizo historia hasta 1956. El nacimiento de nuevas emisoras y el aumento de horarios de transmisión produjeron una gran improvisación en la publicidad. Las cuñas alcanzaron a cubrir el 50% de la transmisión, no tenían tarifas ni tiempos fijos y no se elaboraban según la técnica radial. Se desvalorizó la publicidad radial, quebraron algunas emisoras y surgió la necesidad de formalizar la explotación comercial del tiempo en la radio. (Salamanca, 2012, en línea)

En 1937 el espectro radioeléctrico queda bajo el control del Estado, y entre ese año y 1942, se establece la Radiodifusora Nacional en Colombia, que divulgaba proyectos culturales y comunicaba a las zonas más alejadas con el centro del país.

Para el año 1938, surge Radio Santa Fe en Bogotá e igualmente el género de las radionovelas. Con los logros registrados, se evidenció la existencia de 70 emisoras entre 1939 y 1940, para 1945 surgen las primeras emisoras culturales y llega el primer equipo f.m. al país.

En 1944, durante el segundo gobierno de López Pumarejo, Alberto Lleras logró doblegar, a través de la radio, a un grupo de militares que intentaban dar un golpe de Estado, y el impacto que tuvo en la población para polarizarla a favor del presidente, lo hizo rotular por algunos como *el primer locutor del país*.

En el escenario internacional, se desarrollaba la Segunda Guerra Mundial. La llegada de los mensajes acerca de dicha contienda, van a derivar en la comprensión por parte de los Estados latinoamericanos, del poder de la radio a nivel global.

La expansión del fascismo en Europa, y la manipulación constante de la información por parte de los distintos gobiernos en dicho continente y en América Latina, van a conllevar a que durante este enfrentamiento y en la posterior Guerra Fría, surgieran distintos tipos de radios, que buscaban al margen del Estado, promover el acceso a la

cultura, rechazar el autoritarismo y estimular la libre expresión. Un ejemplo de ello, es el surgimiento de las “Radios Piratas”, operadas por obreros socialistas alemanes opositores del nazismo, las cuales en 1938 buscaban exhortar a las tropas austriacas para que atacaran a los nazis. Las más representativas dentro de esta categoría fueron *Radio Veronique* en Holanda, y *Radio Caroline* en Gran Bretaña; esta última desaparecería en 1980, cuando el buque desde el que transmitía fue hundido.

En el caso colombiano, más adelante, durante la violencia bipartidista, fruto del Bogotazo y de las pujas por el poder entre los partidos Conservador y Liberal, se va a evidenciar la intervención del Estado, con la manera como los programas radiales incentivaban, sobre todo en las zonas rurales, la polarización por uno de los dos partidos predominantes en el Sistema Político.

Ya desde su acercamiento al pueblo y campaña, el caudillo Jorge Eliécer Gaitán se había valido de la radio para legitimar su ideología, y alcanzar un gran número de seguidores, los mismos que luego se enfrentarían con los conservadores en las calles. Rómulo Guzmán, locutor del Radioperiódico Últimas Noticias, emite la noticia del asesinato de Gaitán, según dijo, por los conservadores, y luego incitó al pueblo a que se armara y se vengara por la muerte del caudillo. A esto, se sumaron intelectuales como poetas, estudiantes y el entonces rector de la Universidad Nacional Gerardo Molina, tomándose la Radio Nacional, y promoviendo la organización de milicias revolucionarias. Es así, como la fuerza de la radio se volvió incontenible, lo cual se evidenció en la creación de cadenas radiales enlazadas, que solo había sucedido a raíz de la muerte de Carlos Gardel. Así mismo, surgieron emisoras clandestinas, que emitían desde edificaciones abandonadas o vehículos y que se autoproclamaban como radios al servicio del pueblo, y con el firme propósito de luchar por el derrocamiento del gobierno conservador de Mariano Ospina Pérez. Castellanos (2015) plantea que buena parte de la “batalla” que siguió a la muerte de Jorge Eliécer Gaitán se libró desde “las trincheras de la radio”, desde donde se replicaron mensajes como el que invitaba a los revolucionarios a no desfallecer.

De acuerdo a Castellanos (2015) “Y al final de la noche, insistentes, se escucharon las voces a través de las radios escondidas en todos los recovecos de la patria, llamando a los “revolucionarios a no desmayar” (en línea)

Con los acontecimientos del Bogotazo, se suspenden las licencias de todas las emisoras y locutores, asignando permisos provisionales, pues se les había señalado de agudizar el conflicto desde algunos de sus contenidos y opiniones. En este contexto de inestabilidad y control estatal, nace la Asociación Nacional de Radiodifusión (ANRADIO), a la cual era obligatorio afiliarse para recuperar las licencias.

Es así, como la iglesia católica desde finales de la década del 40, entra a jugar un papel determinante en la creación de espacios educativos mediante la herramienta radiofónica. En 1947, en el municipio de Sutatenza, Boyacá, el párroco José Joaquín Salcedo Guarín, lideró el proyecto de radiodifusión sonora *Radio Sutatenza* en la frecuencia HK7HM, dirigido a la población rural, analfabeta, por lo cual los contenidos que emitía estaban relacionados con salud, agricultura, economía doméstica, conocimientos básicos e instrucción religiosa, con el fin de mejorar la calidad de vida del campesinado, e incluirlos en un país que los excluía del proceso de toma de decisiones y del progreso industrial emergente. Radio Sutatenza inicia transmisiones en septiembre, emitiendo su primer programa de carácter cultural.

En 1948 Radio Sutatenza obtuvo licencia de funcionamiento con una potencia de 100 vatios que se elevó al año siguiente a un kilovatio que llegaba a los mil transistores de onda media y corta vendidos inicialmente como parte del proyecto. En 1955 llegó a 30.000 receptores y se había creado 9.000 escuelas radiofónicas. A comienzos de los años cincuenta se hizo la primera conceptualización reunida luego en un documento conocido como Libro azul. Radio Sutatenza elaboraba dos formatos diferentes de programación. El programa “A” era un formato amplio que alternaba deportes y entretenimiento con segmentos educativos, mientras el programa “B” se concentraba en capacitación sistemática, con frecuente repetición de las lecciones según la

conveniencia de los grupos de estudiantes. (Biblioteca Luis Ángel Arango Banco de la República, 2012, en línea)

La programación tipo A, permitía la participación de campesinos en discusiones de asuntos nacionales, de manera que se le daba visibilidad a este sector.

Gracias a la trascendencia de este proyecto, se lograron establecer Escuelas Radiofónicas en distintos departamentos del país como Cundinamarca, Tolima y Antioquia, entre otros, a través de la difusión de Cartillas, la impresión y distribución del periódico El Campesino y la formación de dirigentes y líderes campesinos.

Para la implementación del programa educativo ACPO contó durante su historia con el apoyo de diferentes instituciones internacionales: para el desarrollo de los contenidos de la Educación Fundamental Integral y la producción de las cartillas recibió la asistencia de la Unesco a través de educadores, al igual que de miembros de la Congregación de Hermanos Cristianos, enviados desde Francia. Para el diseño, instalación y mantenimiento de la red de emisoras, recibió la asistencia técnica de Philips y del gobierno holandés, al igual que de RCA de los Estados Unidos. Para la financiación la impresión de las cartillas y documentos contó con el apoyo del gobierno y de la iglesia alemana a través de sus agencias de cooperación internacional. Con el apoyo económico de las agencias católicas alemanas Misereor y Adveniat, de Cebemo de Holanda, de Secours Catholique de Bélgica y de Catholic Relief Services de los Estados Unidos se otorgaron becas completas (educación y manutención) a 20.000 jóvenes campesinos que se formaron en los institutos campesinos y para los cursos de formación de expertos en educación radiofónica provenientes de trece países latinoamericanos: México, Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Venezuela, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile y Argentina. (Biblioteca Luis Ángel Arango Banco de la República, 2012, en línea)

El Banco Mundial (B.M.) y el Banco Interamericano de Desarrollo (B.I.D.), a partir de 1951, empiezan a financiar el proyecto de Sutatenza. Entre 1955, 1963 y 1969 se inauguran las filiales en Bogotá, Medellín y el Valle del Cauca, respectivamente.

En 1978, se convirtió en la emisora con mayor cobertura en el continente y en Colombia.

Las cifras que se presentan a continuación muestran tanto la importancia del proyecto educativo como su cobertura:

- Se distribuyeron 6.453.937 cartillas de Educación Fundamental Integral en 955 municipios del país.
- El periódico El Campesino editó 1.635 números consecutivos para un total de 75.749.539 de ejemplares.
- Se respondieron 1.229.552 cartas provenientes de los alumnos y oyentes de las emisoras y de los lectores del periódico.
- Se formaron 20.039 dirigentes campesinos
- Se realizaron 4.365 cursos de extensión en 687 municipios del país.
- Las emisoras de la cadena de Radio Sutatenza transmitieron programas durante un total de 1.489.935 horas.
- Se repartieron 690.000 Disco Estudios en conjunto con 170.000 cartillas, las cuales se hicieron llegar a 687 localidades. (Acción Cultural Popular, s.f., en línea )

Lo anterior, contribuyó a la instauración de cierta cultura de radio comunitaria que contaba con reconocimiento y apoyo internacional de la Unesco, la Philips, RCA y el gobierno holandés. Sin embargo, al intentar competir con emisoras comerciales, perdió el auxilio económico.

Se comienzan a comercializar las transmisiones que finalmente traerían más problemas que beneficios, ya que otras cadenas radiales comenzarían a quejarse por la competencia desleal, debido a que Radio Sutatenza por ser una emisora educativa y cultural poseía excepciones impositivas y otras ventajas.

Pensemos que en su momento de mayor esplendor la emisora llegó a contar con mil asalariados en su personal que eran sostenidos con el aporte de la Iglesia Católica de Alemania y otros países europeos. (Gaviria, s.f.)

A las circunstancias anteriores, se sumaron situaciones de orden público debido a su posición derechista de corte religioso, que tachaba de comunistas a las organizaciones campesinas, y el padre Salcedo se vio obligado a salir del país por amenazas. Posteriormente Caracol, en el año de 1989 compró los equipos de Radio Sutatenza, la cual emite hasta 1994.

Es importante destacar que el modelo de ACPO (Acción Cultural Popular) se convirtió en referente para muchas emisoras radiales de América Latina, que lo utilizaron para la implementación de programas de educación y desarrollo rural realizados por la Fundación Radio Escuela para el Desarrollo Rural (FREDER) en Osorno, Chile; el Instituto de Cultura Popular (INCUPO) en Reconquista, Argentina; las Escuelas Radiofónicas Populares de Ecuador (ERPE); Radio Onda Azul en Puno, Perú; la Asociación Cultural Loyola (ACLO) en Sucre, Bolivia; Radio Occidente en Tovar, Venezuela y las Escuelas Radiofónicas de Nicaragua, emisoras que posteriormente se afiliarían a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Esta Asociación se constituyó el 22 de septiembre de 1972 en Sutatenza como resultado del Segundo Seminario de Directores de Escuelas Radiofónicas de América Latina convocado por ACPO, con sede primero en la Argentina y posteriormente en Quito, Ecuador. (Biblioteca Luis Ángel Arango Banco de la República, 2012, en línea)

Este legado, fomentó la creación de medios comunitarios como canales de expresión y participación en América Latina, en medio de la supresión de derechos y libertades civiles debido a la existencia de regímenes dictatoriales, que satanizaban cualquier movilización popular que pudiera cuestionar el orden establecido, al ser tachados de comunistas. Para la década de 1950, los países de la región van a retomar el ejemplo

de las Radios Clandestinas de países que experimentaron movimientos revolucionarios, como el caso cubano con *Radio Rebelde*, y el salvadoreño con *Radio Farabundo Martí* y *Radio Venceremos*.

Durante las décadas del 60 y 70 se empieza a criticar la influencia estadounidense en la comunicación, en el tipo de información que se transmitía, frente a las coyunturas sociales y las demandas de la comunidad. Es así, como surge la Escuela Latinoamericana de la Comunicación, al proponer un paradigma de comunicación que realmente respondiera a las condiciones materiales latinoamericanas, sin tener de por medio los objetivos que se venían consolidando desde las dinámicas económicas. Propone, una relación de reciprocidad entre el emisor y el receptor, y una transformación en el acceso a los medios, y a la participación activa en ellos.

En este período, tanto en Europa como en América Latina, como respuesta a la polarización global fruto de las tensiones entre la Unión Soviética y Estados Unidos, las Radios Libres se van a manifestar en distintos momentos de movilización social.

Estas surgen en Sicilia, Italia, entre 1968 y 1969 como denuncia a las infames condiciones de vida de los habitantes de la localidad siciliana de Belia, como consecuencia de las acciones de la mafia. A partir de los 70's se extiende el movimiento y llegan a 2.500.

Las Radios Libres se pueden definir como una emisora independiente sin la intención de acumular capital y cuya gestión es colectiva. Este término se relaciona comúnmente con el de Radio Comunitaria, aclarando que el concepto de radio libre hace referencia a una práctica radiofónica europea, mientras el de radio comunitaria es referido desde América latina.

Cabe resaltar que las Radios Libres son una herramienta que busca dar voz a todos los sectores en lucha, desde una comunicación horizontal, donde no necesariamente sus

interlocutores sean periodistas. De este modo, propenden por desdibujar la cultura manipulada por las multinacionales en distintas industrias culturales.

Se caracterizan por:

- No tener un fin lucrativo.
- La autogestión.
- La autonomía, rechazando la publicidad directa o indirecta, y a los grupos de presión políticos y económicos que puedan influenciar el mensaje.
- La participación.
- La comunicación se enmarca en lo cotidiano.
- La difusión de la realidad sin restricción.
- La existencia de redes que han sido abanderadas de lenguas indígenas en países como Ecuador, Perú y Guatemala, siendo este último, el primer país en tener una red de emisoras comunitarias en 1965, con la fundación de la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas.

Para el caso de Francia, fue el movimiento estudiantil de mayo de 1968, el que va a expresar su rechazo al sistema capitalista, al tomarse *Radio Sorbonne*. En Italia, estas radios surgen para hacer contrapeso a la información parcializada de la RAI (Radio Audizioni Italine), cadena pública de comunicación, y se funda en 1974 *Radio Bologna*. Para 1976, se funda en Milán, *Radio Alicia* promoviendo la emisión de contenidos con acentos propios de la región y la participación local, pues cualquier persona podía ser reportero al comunicarse telefónicamente con la estación de radio. Esta es clausurada, cuando a través de una llamada se denuncian enfrentamientos entre la policía y estudiantes. En Argentina, en 1983, surgen las radios de barrio o *Radio Truchas*, emisoras de carácter ilegal, pero que se fueron extendiendo y comunicando hasta el punto de construir redes y constituirse como instrumentos alternativos de expresión de comunidades barriales con marcadas problemáticas sociales, surgidas de la desigualdad y la represión. Sabiendo esto, se pueden definir como emisoras alternativas, populares y participativas, y en este sentido contra hegemónicas.

Pese a las diversas maneras en las que se han denominado las emisoras comunitarias, en el mundo, a lo largo de la historia, se logran identificar lugares comunes, pues convergen en sus intereses, reivindicaciones y su modo de proceder como organizaciones. Esto se refleja en distintas regiones del mundo, que han atravesado circunstancias de represión, en las que la sociedad civil se ha visto en la obligación de abrir espacios de expresión, comunicación y discusión, que muestran su inconformidad frente al aparato estatal.

El fin del proceso de desarrollo de la radio en Colombia estuvo marcado por dos momentos, el primero en 1978 por la desaparición de los géneros radiales ya que se comienzan a retomar en la televisión; el segundo en el año de 1990 con la clausura de Radio Sutatenza.

### **3.2 Estado de la Cuestión**

Con el objetivo de establecer un panorama en cuanto al desarrollo académico que se ha llevado a cabo frente a las emisoras comunitarias, se elaboró una revisión bibliográfica de diversas investigaciones de América latina, tomando en cuenta aspectos tales como la metodología, los objetivos, los instrumentos y las conclusiones que arrojaron. Lo anterior con el propósito de encontrar puntos de convergencia respecto a la presente investigación. (Para entrar en detalle Ver Anexo. 9 Investigaciones sobre Emisora comunitaria)

A lo largo del rastreo, se encontraron dos investigaciones aplicadas a emisoras comunitarias del estado Zulia, Venezuela y a su capital, Maracaibo realizadas por (Queipo, Guerrero & Useche, 2013) y (Artigas & Romero, 2013) que hacían alusión al aspecto de la sostenibilidad. Para el primer caso, se estudiaron las acciones de sostenibilidad social, para permanecer como medio con apoyo de la comunidad desde las relaciones sociales, a través de la implementación del método Investigación acción participativa. En la segunda investigación, el objetivo fue analizar la autosostenibilidad económica a partir de los desarrollos teóricos de la ELACOM, ALER y AMARC, estableciendo una investigación descriptiva y de campo, concluyendo que los actores

de la comunidad son quienes desde sus aportes económicos han contribuido a su perdurabilidad.

De acuerdo con lo anterior, se logró evidenciar que en investigaciones previas se retoma la sostenibilidad desde el ámbito ya sea financiero o social, entendidos como factores que son primordiales en la gestión de la radio, sin embargo en ninguna se buscó establecer la relación entre la producción de contenidos y la sostenibilidad y sus distintas dimensiones, dentro de un proceso de construcción de ciudadanía y desarrollo humano.

Los estudios o investigaciones desarrolladas en Latinoamérica, en torno a las emisoras comunitarias, se han generado gracias a las redes que de manera paulatina se han ido consolidando en diversos países de la región, considerando distintos eventos históricos, que ya han sido descritos, y que han impactado a las dinámicas comunicacionales, la producción académica y las formas de organización social.

De las 12 Redes de emisoras comunitarias existentes para el año 2015 en 11 países de América Latina, seis de ellas cuentan con reconocimiento legal por parte del Estado, ellas son: Argentina, Ecuador, Colombia, Guatemala, Perú y Chile. Para esta última, se debe aclarar que si bien se cuenta con legislación, ésta aún no entra en vigencia.

Por su parte, las redes de Perú y Ecuador se han destacado por la reivindicación de culturas autóctonas, desde la inclusión en su parrilla de programación, de contenidos narrados en lenguas nativas. Guatemala, en esta misma lógica, emite programas religiosos que combinan elementos cristianos y mayas.

El caso de Venezuela, ha sido marcado por las transformaciones institucionales de las últimas dos décadas en torno a los gobiernos de Hugo Chávez y Nicolás Maduro, pues la posición de los medios comunitarios se muestra dividida entre quienes son de corte oficialista, y quienes al denunciar o criticar la dinámica gubernamental, han sufrido persecuciones por parte del Estado.

El problema de la comunicación social en Brasil ha sido histórico, ya que ha estado en

monopolios apoyados por el Estado y los medios comunitarios en su mayoría son ilegales. Ya en 1966 ABRAÇO surge como red para unir las emisoras y presionar al Estado, con el fin de lograr romper el paradigma de la ilegalidad, para facilitar la comunicación de la comunidad y para la comunidad, y para eliminar el monopolio. Desde 1988 se reconoce su baja potencia a raíz de su ilegalidad (aún son ilegales), en los 90's surgen nuevas emisoras y muchas de ellas fueron cerradas y sus líderes encarcelados. Acorde con esto, Krohling Peruzzo & Oliveira Volpato, (2010) exponen el documento *Radio comunitaria y libertad de expresión en Brasil*, afirmando que las radios comunitarias en este país se categorizan independientemente, buscando ayudar a la comunidad, mientras la radio libre se expresa sin un objetivo social o colectivo específico.

En la investigación *Comunicação comunitária: Uma perspectiva de superação do monopólio da comunicação social no Brasil* Caratti & Cocco, (2010) se realizó un sondeo que recuenta cómo en la época de 1922, la radio era empleada como instrumento cultural o educativo y para el entretenimiento, luego se convirtió en comercial. Hoy en día se lucha por volver a su propósito inicial.

Las Redes establecidas en México, Brasil, Uruguay y El Salvador, no cuentan con reconocimiento legal por parte del Estado, a pesar de la legitimación que les proporciona la comunidad, manifestado en los servicios de asesoría y gestión de proyectos, capacitación comunitaria en organización social y de las campañas, que se promueven por la democratización de la comunicación. (Ver Anexo 10. Redes latinoamericanas de emisoras comunitarias)

Respecto a la Red en Colombia, RECORRA, se ha identificado que cuenta con 300 radios y 12 redes adscritas a ella, en 12 de los 32 departamentos colombianos:

Huila, Casanare, Antioquia, Quindío, Caldas, Risaralda, Cundinamarca, Boyacá, Tolima, Santander, Putumayo y Nariño.

De estas, la red *El Galván* del departamento del Casanare, se encuentra inactiva, y no se han encontrado registros de ella. Las demás redes, poco a poco han ido configurándose como actores importantes en las dinámicas de sus comunidades, en lo relacionado a la construcción de ciudadanía, a la educación y a la identidad cultural.

De manera similar a las redes latinoamericanas, en Colombia las redes departamentales en su mayoría trabajan por la participación ciudadana, la educación, la cultura y el desarrollo. Algunas de ellas, se autodenominan como una organización socio empresarial, con responsabilidad social, que apuntan a la sostenibilidad y la democratización de la comunicación, como los casos puntuales de la Red Cooperativa de Emisoras Comunitarias del Sur de Santander (RESANDER), y de la Asociación Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio y (AREDMAG), que abarca los departamentos de Antioquia, Bolívar, Cesar, Boyacá y Santander. A continuación se presenta una tabla que compila la información fundamental de cada una de las redes.

DEPARTAMENTO	RED	# DE EMISORAS DE ANTIOQUIA	SOSTENIBILIDAD	CARACTERISTICAS DE LA EMISORA COMUNITARIA	CONTENIDO
HUILA	ASOMECO	18		Equiparan las emisoras comunitarias con la radio ciudadana	
ANTIOQUIA	ASENRED (ASDECOA)	31	Presta servicios de producción, gestión, diseño, formación y asesoría.		
CASANARE	EL GAVÁN				
NARIÑO	SINDAMANOY (1998)	34	Cuenta con una Junta Directiva que toma decisiones frente a contenidos y financiación. Cuenta con apoyo del Ministerio de Cultura	La concibe como la expresión del pueblo y un punto de encuentro para sus ciudadanos.	Se establecen según el interés y las necesidades locales.
PUTUMAYO	CANTOYACO	9	Promueven un Desarrollo social sostenible desde la Gestión de proyectos y el establecimiento de alianzas.		Se establecen según el interés social.
SANTANDER	RESANDER 2001 (En Contacto)	34	Presta servicios de producción, coordinación, formulación, gestión, capacitación, ejecución. Producción de cuñas publicitarias.	Se consideran como una organización socio empresarial.	
SANTA FE DE BOGOTÁ	ANTENA CIUDADANA 1996	5	Presta servicios de producción, comercialización, capacitación, arrendamiento y pauta publicitaria.		Promueve la participación de la comunidad en el diseño de la parrilla de programación.
BOYACÁ	ECO-UNIDAS (1994)				Están relacionados con construcción, ciudadanía, identidad y desarrollo.
TOLIMA	RED PIJAO	11	Comparten recursos técnicos y humanos. Buscan ser competitivos y gestionar recursos. Tienen apoyo de organizaciones estatales.		Están relacionados con la educación, cultura, medio ambiente, derechos, equidad y género.
MAGDALENA MEDIO	AREDMAG				
EJE CAFETERO	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DEL EJE CAFETERO (19979)	11	Se sostienen a través de la gestión y ejecución de proyectos. autogestión		Están relacionados con el desarrollo cultural, protección del medio ambiente, música y deporte.
CUNDINAMARCA	ASDERADIO (1999)	32			

TABLA 2. Redes colombianas de emisoras comunitarias  
Fuente: Elaboración Propia

*Sistematización de experiencias proyecto: “Asociación de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios de Medellín”* - la REDECOM – de Acevedo Valencia, (2008), fue un proyecto que buscó apropiarse de la metodología de sistematización de experiencias, para evocar la memoria colectiva de los medios de comunicación alternativos y a las entidades promotoras que han participado en el fortalecimiento de la Asociación de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios de Medellín.

Gracias a este trabajo, se consiguió retomar los momentos importantes del proceso de aprendizajes y aciertos, además de algunos asuntos críticos y desde luego conflictos entre los mismos medios comunitarios. El recorrido efectuado por La REDECOM, viabilizó un reconocimiento por parte de los representantes hacia el proyecto, para construir de manera significativa en torno a la realidad que les rodea.

Contando con la contribución de la Federación Antioqueña de ONG -FAONG y el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria –DANSOCIAL, al fortalecimiento empresarial y organizativo de los medios de comunicación, en el cual se lograron construir de manera colectiva: el manual de funciones, los perfiles y responsabilidades de la Asociación, el reglamento interno, el plan operativo y el portafolio de servicios. Además, se capacitaron en temas como: la asociatividad, redes sociales e introducción al PESEM (Proyecto Educativo Social y Empresarial). (Acevedo Valencia, 2008, en línea)

En cuanto a los hallazgos, es necesario reconocer la contribución por medio de un grupo de profesionales, efectuando un diagnóstico con el fin de identificar y reconocer a los medios alternativos en la ciudad de Medellín, en términos de su trayectoria, estructura administrativa, problemáticas y potencialidades. Dentro de las referencias a la propuesta de Empresarismo Social y solidario, convenio entre Dansocial – FAONG, se evidencia el proceso de reestructuración de la propuesta debido a la incompatibilidad en términos de motivaciones e intereses de los miembros de La REDECOM.

Para finalizar se retoman los aciertos, aprendizajes y limitantes durante el desarrollo del

proyecto La REDECOM, además de las perspectivas de futuro relacionadas con el acompañamiento de la administración 2008-2011, a través del plan de desarrollo “Medellín Solidaria y Competitiva”. Durante esta administración se pretendió garantizar el acceso a una información legible, oportuna, suficiente y veraz; de ahí la importancia de reconocer la trayectoria de los medios alternativos en la ciudad, como estrategias para promover la participación de las comunidades, en procesos de convivencia y construcción de ciudad.

A continuación se presentan diversas investigaciones que se han realizado en la región latinoamericana, y que tienen como objeto de estudio a las emisoras comunitarias, y que evidencian puntos de encuentro con la presente investigación tanto desde la metodología, como desde las categorías analizadas.

En el periodo que comprende del 2002 al 2006 es común encontrar un incipiente interés por la radio comunitaria y sus elementos de integración social, tal es el caso de investigaciones, que hacen evidente el propósito de dilucidar a la radio como un espacio de movilización social y una oportunidad de reconocimiento para las comunidades vulnerables.

### **3.2.1 México**

Surge una investigación en México, desde la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, donde Osses, (2002), se preguntó acerca de la radio comunitaria, con la investigación titulada *“Nuevos sentidos de lo comunitario, la radio comunitaria en Colombia”*, pues cabe resaltar que se trata de la mirada externa hacia Colombia.

Desde la óptica de este proyecto existe una propuesta de doble enfoque que su autora buscó rescatar: por un lado el sistematizar experiencias concretas en diferentes países, describiéndolas y evaluándolas; por otro lado, analizando el medio desde la producción, la recepción y el uso de lenguajes radiofónicos, sin descuidar las experiencias desde el contexto de cada una y como procesos sociales, trascendiendo el instrumento comunicacional.

Se hizo necesario, entonces retomar la década de los 50`s y mencionar a Radio Sutatenza, contrastando su aparición con normatividades y roles de radios bajo el mismo concepto, lo cual permite entender a la radio comunitaria, desde la percepción de lo comunitario y la construcción de formas democráticas en espacios de inclusión social, desde la apropiación y la manera en que se involucran los diferentes actores, encontrando que a pesar de ser una corriente que surge desde las movilizaciones sociales, encuentra en las políticas del Estado, nuevas formas de apropiación. No obstante, para llevar a cabo la investigación desde la mirada teórica y metodológica, se hizo necesario tomar criterios en torno al contexto en el que se habría de desarrollar (rural/urbano), la situación jurídica (legal/ilegal), estado del proyecto comunicativo (establecido/naciente) y tiempo de funcionamiento (antigua/nueva).

Garza García, (2010) a través de la investigación *Panorama de las radios comunitarias en México una alternativa de comunicación*, en la Universidad Autónoma de Nuevo León, desarrolló una tesis para obtener un análisis de la situación que se presentaba para las radios comunitarias en México. En esta pesquisa se defendía la teoría de que aparecen a partir de las necesidades propias de las diversas comunidades, pues en la búsqueda de justicia, se organizaban y mediaban como instrumento de presión para orientar las políticas públicas, de modo que contemplaran el bienestar social de la comunidad.

### **3.2.2 Venezuela**

Para los investigadores en Venezuela, se hizo imperante develar acciones de participación por parte de las emisoras comunitarias, es así como surgieron tres investigaciones entre el año 2010 y el 2013, que demostraron la necesidad de indagar sobre sus bases sostenibles, sus contenidos y la influencia que reclamaban como contribuciones a las movilizaciones sociales.

Desde una primera mirada se encontró el trabajo de Acero, (2010) titulado *La programación de las radios comunitarias de los municipios fronterizos del estado Táchira en el 2010*, donde a pesar de ser considerada la frontera más dinámica de América Latina, y contar desde el año 2000 con la publicación de la Ley Orgánica de

Telecomunicaciones, en esta frontera se instalaron diversas emisoras de radio comunitarias que muy poco se diferenciaban de las radios comerciales ubicadas a ambos lados del límite geográfico.

Este fenómeno abrió el interrogante de cuál era la programación de las radios comunitarias de los municipios fronterizos del estado Táchira, evaluando sus contenidos y reconociéndolos dentro del medio, para lo cual fue necesario efectuar un estudio no experimental de tipo descriptivo. La muestra retomó 7 emisoras comunitarias de la zona, desarrollando un cuestionario a manera de instrumento y una lista de cotejo, arrojando como resultado, el encuentro de la poca participación de la comunidad en el proceso de gestión, planificación y diseño de la programación de estos medios. Aunque es importante resaltar que de las 7 radios consultadas, sólo 3 contaban con habilitación administrativa, las 4 restantes, con la debida habilitación se localizaban en un mismo municipio. Así mismo se pudo entrever que en su mayor parte, las emisoras transmitían programas de corte político y religioso, lo que transgredía lo establecido en el marco legal que regía a estas radios.

En cuanto al tema de la sostenibilidad, se hallan dos investigaciones del año 2013, por un lado se encontró *Acciones de sostenibilidad de las radios comunitarias en el estado Zulia* y por otro lado, *Radios comunitarias del municipio de Maracaibo. ¿Sostenibles?*

En un primer momento se presentó *Acciones de sostenibilidad de las radios comunitarias en el estado Zulia*, de Guerrero, Queipo, & Useche, (2013), la cual tenía como objeto determinar las acciones de sostenibilidad social implementadas por las radios comunitarias en el municipio de Maracaibo, desde el enfoque emancipatorio.

Para llevar a cabo esta investigación, se hizo necesario Artigas & Romero (2013) plantear un método basado en la investigación acción participativa, compuesta por las radios populares, alternativas y comunitarias habilitadas en el municipio de Maracaibo por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones. De nuevo se encontró una investigación que se remitía a un censo poblacional, recogiendo datos loables a través

de entrevistas a los reguladores de radios.

Tal orientación de carácter cualitativo, promovió categorías sociales comunicacionales en el ámbito comunitario, que permitieron crear conclusiones en torno a la sostenibilidad social direccionada hacia las relaciones sociales, evolución social y legitimidad, desarrollando acciones constantes y temporales.

En cuanto a la siguiente investigación, *Radios comunitarias del municipio Maracaibo. ¿Sostenibles?* realizada por Artigas & Romero (2013), se halló la preocupación por examinar la autosostenibilidad económica de las radios comunitarias del municipio de Maracaibo. Este estudio se realizó usando como referente los aportes y principios de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica y Asociación Mundial de Radios Comunitarias de América Latina y el Caribe (ALER), lo cual implicó un tipo de investigación descriptiva y de campo, partiendo de una entrevista semiestructurada a todos los directores de las radios comunitarias habilitadas por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) en Maracaibo. Como evento reiterante se encontró en la aplicación, un censo poblacional, recurso nombrado en investigaciones anteriores, que permitió develar características de la comunidad y hacer aportes basados en las generalidades y rasgos particulares de la misma.

Finalmente la investigación deja claro que los resultados descubren la necesidad de mayores acciones para perdurar en el tiempo, se concluye que, las radios comunitarias han podido perdurar y fortalecerse económicamente. Este hecho se debe al conjunto de acciones económicas relacionadas principalmente a la participación de los actores sociales comunales, quienes simbolizan los objetivos de la radio comunitaria y se vinculan a estos medios de comunicación, promovidos por emprendimiento cultural y actividades que generen a su vez productividad para denominar una dinámica de autosostenibilidad.

Los resultados que arrojó este estudio, realizado en la Universidad de Zulia, mostraron la poca participación comunitaria en la gestión de la radio y la emisión de contenidos.

### **3.2.3 Argentina**

Las radios comunitarias reclamaban desde todos los rincones de Latinoamérica el protagonismo y la presencia de los movimientos sociales, que desarrollaran tejido social. Un ejemplo claro se evidenció en la investigación titulada *Truchas: los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares argentinas* realizada por Kejval, (S.F.) , la cual tuvo como precedente un rastreo de las principales características de los sujetos que gestaron y gestionaron las emisoras, así como la manera en que marcaron la definición y construcción de sus proyectos político-culturales, analizando los objetivos que las radios han construido para sí mismas y planteando una juiciosa exégesis en torno a la diversidad de vínculos que las emisoras han establecido con la comunidad.

### **3.2.4 Chile**

Resultó importante encontrar el análisis de cuatro regiones del sur de Chile, donde existe el ingreso de otros actores al sector de las Radios Comunitarias que, en principio, no encontraban relación con lo que se esperaba de estas emisoras; por lo que se tornó significativo realizar seguimientos al proceso que puede desvirtuar el concepto de Radios Comunitarias, ya que se corría el riesgo de que este espacio en el espectro radioeléctrico -que tanto ha costado conquistar- se orientara hacia el ámbito de la radio comercial. El análisis *Radios Comunitarias en Chile: las paradojas de su propiedad* realizado por Ramírez Cáceres, (2010), mostró la expectación sobre la temática de la direccionalidad de las emisoras comunitarias, al igual que una aproximación a formas de comunicación alternativa.

En la búsqueda que se realizó desde las anteriores investigaciones, la necesidad de conocer la relación entre los actores comunicativos, se encontró igualmente en Chile por el año 2011. Desde un equipo de exploración se indagó con el trabajo *“Comprensión del fenómeno interrelacional entre productores de la radiodifusión comunitaria y audiencias comunales”* programa de información científica, trabajo desarrollado por el Fondo de estudios sobre el pluralismo en el sistema informativo nacional, Conicyt-Chile. Escuela de Sociología, (2011)

Para tal informe se procuró hacer un esbozo acerca de la pluralidad de aspectos que encerraba una Radio Comunitaria, con el apoyo de tres radios analizadas, las cuales ostentaban tanto semejanzas como divergencias.

En este sentido, ser una radio comunitaria representa superar todo tipo de impedimentos que aplica la ley. Debido a lo anterior, las radios no se definen como comunitarias y en su lugar se transfieren otros títulos como radios ciudadanas, populares, de clase, etc.

Aunque si bien este tipo de impases suceden, es debido reconocer su función social y que las radios comunitarias tienen la necesidad de ser reconocidas por la ley como medios de comunicación valiosos para el desarrollo de una comunidad.

En relación a lo anterior, en Chile Villate, (2013) llevó a cabo el proyecto investigativo *Aproximaciones al uso de Tics para el cambio social en radios comunitarias de Colombia y Chile*, donde se revisaron las grandes transformaciones generadas por la globalización en la sociedad, la economía, la tecnología y la política mundial y local, logrando cambios de sus estamentos más profundos. Para alcanzar el propósito principal de tal análisis, fue necesario a través de autores como Renato Ortiz, mostrar que las sociedades locales y sus costumbres no han desaparecido, para hacerse parte de una gran Sociedad Global, por el contrario, su existencia precisa estar enraizada dentro de lo local. Para tal efecto, se esgrimió una metodología cualitativa, basada en entrevistas grupales e individuales a los miembros de estas radios (lo cual se ha venido encontrando a lo largo de los trabajos investigativos). Sumado a ello, se realizó una consulta orientada desde la mirada de expertos en medios comunitarios y TIC's dentro de los dos países, quienes hicieron aportes fundamentales para el estudio de las radios, cuyo resultado fue encontrar que las radios están inmersas en comunidades, y al parecer, responden a los intereses de éstas.

En cuanto al proceso de acompañamiento, está directamente relacionado con el concepto de legitimidad, pues se puede observar desde dos rutas; en la primera cuando la radio es asistida por la población en momentos específicos donde ésta lo necesita, y

en la segunda cuando es la radio quien acompaña a la comunidad en momentos donde se necesita.

Dado lo anterior, se encontró que las radios analizadas tanto en Colombia, como en Chile, Radio Placeres como Radio Andaquí, compartían estas dos rutas. Cuando la emisora Placeres (Chile), tuvo que irse a la clandestinidad por presión del Estado, y cuando los grupos armados se tomaban el municipio de Belén de los Andaquíes (Colombia), la radio jugaba un papel imprescindible, pues era ésta la que convocaba a la movilización social.

En cuanto a Chile, en el 2011 empezaron las marchas estudiantiles y Radio Placeres asistió estos eventos desde el lugar de los hechos, proporcionando a los estudiantes, la posibilidad de encarnar voces y de la misma forma consiguiendo acciones concretas. En el caso colombiano, Radio Andaquí se convirtió en la plataforma para que la comunidad rural que marchaba contra el Estado pudiera hacerse notar.

No obstante, también se hace necesario reconocer que la voz que se encarna con la radio comunitaria, denuncia persecuciones por parte del Estado. En el caso de Radio Placeres su llegada a la clandestinidad, se debió específicamente a una respuesta del Estado, así como de la Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI), quienes discurrían acerca de las radios comunitarias, como ilegales y que no debían ocupar el espectro radiofónico, por consiguiente las persiguieron muchas veces, decomisando los equipos y en algunas ocasiones privando de la libertad a sus integrantes.

El desarrollo de la Radio Comunitaria en Chile, se considera lento y desigual, marcado por una legislación restrictiva, por tanto la visión del Estado ha sido tecnocrática. Aún en el año 2012, su nombre legal se reconoció como Radios de Mínima Cobertura, amparadas por leyes que las regulaban, pero a su vez enfatizaban en restricciones, como la prohibición de transmitir publicidad y concentradas en pocos grupos. Se califica como deficiente la legislación, que a su vez admite la intromisión de concesionarios de Radios Comunitarias a organizaciones de privados, que no se relacionan con la misión

de estas emisoras de potenciar la expresión popular y democratizar la palabra. Esto, se refleja en la exclusión de sectores como jóvenes, minorías sexuales, étnicas, entre otras.

### **3.2.5. Colombia**

En la Universidad del Norte, Barranquilla García, (2006) desarrolla *el Modelo operativo de radio comunitaria como espacio promotor de la participación democrática, movilización social y autogestión comunitaria en comunidades vulnerables del departamento del Atlántico: estudio de caso.*

Cabe resaltar que la mirada investigativa está puesta desde una investigadora colombiana, que se interesa por el estudio de procesos de socialización en diversas comunidades, en la costa Caribe colombiana. Siguiendo el contexto de la radio, se considera como un constituyente de mayor influencia en el tema de medios, al contar dentro de sus rasgos esenciales: la inmediatez, versatilidad y facilidad de acceso, en calidad de audiencia, por parte de todos los estratos sociales.

Pese a lo anterior, el acceso a la producción y dirección de la radio no encuadra una total democratización, debido a los altos costos en licencias y equipamientos requeridos, así como la formación y capacitación frente al tema. Es por ello que es menos frecuente escuchar el concepto de radio independiente. Como consecuencia, se traza un modelo de medio de comunicación partícipe en el desarrollo de procesos de movilización social y gestión comunitaria, desde el punto de vista del contenido propuesto, enfoque de su parrilla de programación y los espacios reales de participación comunitaria.

En este sentido, busca implicar el cumplimiento de la función social para la cual ha sido creada esta figura, centrándose en la experiencia de una de las emisoras de mayor reconocimiento en dicho contexto del municipio de Malambo (Atlántico), con el fin de generar procesos de movilización social desde los liderazgos comunitarios, para motivar a las comunidades más vulnerables a buscar y proponer alternativas de solución coherentes con su realidad.

Para concluir este estudio de caso, se encontró que la emisora comunitaria se topa con el rol de generar la movilización social a través de la difusión mediática, que a su vez confluía en el impulso de una cultura ciudadana que reconoce la apropiación de la comunidad y el desarrollo del municipio, lo cual es reconocido y valorado por sus habitantes, quienes se apoyaban de este medio para la resolución de problemas y la denuncia de eventos e incluso la emisora se identificaba con la problemática social del municipio y defendía sus derechos ante las administraciones de turno. Aunque si bien se plantea el propósito de generar espacios de participación, requiere mayor compromiso por parte los receptores, que en este caso son sujetos activos.

Las Universidades: Javeriana, del Norte, de Oklahoma y British Columbia, (2004-2007) llevaron a cabo la investigación titulada “*Sistematización de experiencias de comunicación y medios ciudadanos. Caso de AREDMAG*”, en conjunto con AREDMAG. Esta exploración permitió sondear instrumentos cualitativos y participativos que ayudaron a apreciar la importancia de una tecnología de comunicación, como la radio comunitaria, en manos de una sociedad civil que busca la paz.

Desde esta perspectiva, la investigación permitió sistematizar estas experiencias, hacer un seguimiento riguroso y útil, y evaluarlas para mirar su papel real social. Esto sería una alternativa visible desde el cambio del paradigma tradicional de las investigaciones, pues el objetivo se centró principalmente en sistematizar y evaluar el trabajo de la Red de emisoras comunitarias del Magdalena Medio (AREDMAG), y así mismo evaluar el rol que han desempeñado en los procesos de cambio social en su región.

Por otro lado, el plus que se halló en el trabajo adelantado por este grupo en el Magdalena Medio, fue construir y validar un diseño metodológico de tipo participativo y cuantitativo/cualitativo, que permitiera estudiar otros procesos de comunicación ciudadana que se presentaban, tanto dentro, como fuera del país, comprendiendo dentro del diseño un enfoque etnográfico y, para ello, acudir a elementos y procesos de experiencias alrededor del mundo, apostando por el rescate de la memoria.

Esta sistematización fue evaluada Cadavid & Moreno, (2008) concretada en la publicación, *Evaluación cualitativa de radio audiencias por la paz en el Magdalena Medio colombiano*. Este informe da cuenta parcial de la investigación sobre procesos de comunicación comunitaria y ciudadana y su aporte a la paz y a la transformación social en el Magdalena Medio colombiano. Es necesario recordar que hace parte de la preocupación de investigadores que precedieron este trabajo, la resolución de conflictos y el aporte que se hace.

La particularidad que se manifiesta en el trabajo adelantado en dicha región, es la búsqueda de un proceso para identificar, ajustar y diseñar metodologías que trascendieran las maneras usuales de evaluar los proyectos de comunicación ciudadana, pues resultaba necesario comprender los procesos de cambio que estaban generando estos proyectos en individuos y en comunidades, y que resultaba imperante captar los avances que habían tenido para implementar el mejoramiento de sus vidas.

En materia de pesquisa, el SICA, (2008), desarrolló una recolección conceptual de los hechos, donde se incluían aspectos y actores determinantes en torno a la evolución histórica de la radio informativa en Antioquia, dejando claro el objetivo de desarrollar una búsqueda conceptual de los aspectos históricos que determinaron la evolución de la radio informativa en este departamento. Para cumplir con el propósito de ésta búsqueda se llevó a cabo un análisis de documentos escritos, libros, memorias, archivos fotográficos, recortes de prensa y cintas magnetofónicas. Igualmente se realizó una recolección de información basada en diarios de campo, historias de vida y principalmente entrevistas a personajes involucrados en el ejercicio del radioperiodismo en Antioquia.

Para concluir esta indagación, se pudo hallar que el desarrollo de los medios informativos en Antioquia estuvo determinado por el posicionamiento de poderosos grupos empresariales y la constitución de partidos políticos organizados. Tales factores se han visto reflejados en la creación de medios radiales, de los cuales muchos se han desvanecido por problemas financieros y otros permanecen al aire.

Ahora bien, la temática del conflicto ha sido un eje fundamental en diversas investigaciones. Rocha (2008) publica un ensayo, resultado de la investigación participativa, denominada *Sistematización de experiencias de comunicación y medios ciudadanos. Caso de AREDMAG*. Para llevar a cabo el análisis se partió de reconocer como principal evento el incorrecto manejo del conflicto, correspondido con cuatro elementos: primero, a la incapacidad colectiva de reconocer a los diferentes. Segundo, a la falta de escenarios para que los actores sociales se constituyan como un tejido colectivo. Tercero, la carencia de construcción social de reglas de juego, y por último, a la concentración excesiva en la búsqueda de bienes individuales y/o particulares, y la escasa articulación entre éstos y los bienes públicos.

En esta misma línea se buscó que los colectivos de comunicación comunitarios, los movimientos sociales y las organizaciones territoriales ganaran legitimidad, propiciando la participación social en los procesos de gestión de los conflictos. Se trató entonces de construir nuevas ciudadanías. El trabajo se convirtió en un proceso de articulación social a partir de la comunicación en el conflicto para la construcción de nuevas ciudadanías en el plano del bien público, articulado bajo tres elementos: la construcción de nuevas acciones colectivas, el nuevo rol de las emisoras como promotoras de la participación y la búsqueda de nuevos ciudadanos con capacidad de decisión sobre los conflictos territoriales.

Continuando con el caso de Colombia, en Medellín surgió el artículo *Hacia una propuesta de investigación para la elaboración de la programación de emisoras comunitarias en Medellín (Colombia)*, realizado por Arias, Barrera, Gaviria, & Rendón, (2009). Este reveló la síntesis de un proceso de análisis de audiencias en esta ciudad. Para esto se sintetizaron elementos contextuales, teóricos y metodológicos del proceso de estudio para la creación de las parrillas de programación de dos futuras emisoras comunitarias de la ciudad. Específicamente, la Corporación Simón Bolívar y la Asociación Palco desarrollaron tal estudio en las zonas de la ciudad que cubrirían.

A propósito del rol de la comunidad, de los actores que intervienen en las emisoras

comunitarias, una cuarta investigación se hizo presente. Emergió *Formas de participación en las radios comunitarias habilitadas del Táchira: estudio de campo*. Desarrollada por Mora, (2011), abordó la participación ciudadana en las radios comunitarias habilitadas por Conatel en el estado Táchira. Desde tal óptica se indagó sobre la gestión y participación de los ciudadanos en la fundación comunitaria, lo que resultó coherente desde lo que se venía planteando como “comunitario”, trascendiendo el rol del oyente como productor de la información, rompiendo el paradigma tradicional de la comunicación que ignoraba la dimensión bidireccional del mensaje. En este caso el tipo de investigación fue cualitativa y cuantitativa, descriptiva y explicativa, e involucró a su vez un diseño de investigación documental y de campo, con entrevistas semiestructuradas a los directores de las emisoras y fichas que recogieron la programación de una semana. Los hallazgos describían a unos medios con una tendencia a propiciar una participación no plural y que tendían a apoyar al gobierno nacional. Lo anterior contrastado bajo el análisis del Reglamento de Radiodifusión y Televisión Abierta Comunitaria de Servicio Público, Sin Fines de Lucro y otros instrumentos normativos en materia comunicacional.

El interés que se generó por el discurso no fue un asunto ajeno a los estudios colombianos. Rodríguez Muñoz, (2012), desarrolló una tesis titulada *Lo Comunitario en la Radio Comunitaria: Análisis Crítico del Discurso en el Lenguaje Informativo utilizado por Emisoras Comunitarias*. La principal cuestión del trabajo se desarrolló a partir de considerar a la radio comunitaria como un fenómeno participativo, arraigado en Colombia desde la legislación que califica y faculta este tipo de emisoras desde la década de los noventa y que a la vez delegó en estos operadores unas funciones encaminadas a la reconstrucción y fortalecimiento del tejido social. Lo anterior resultó un elemento llamativo al considerar que la información y su proceso discursivo serían un camino para entrelazar con las teorías de la comunicación para el desarrollo y los Estudios Críticos del Discurso y la búsqueda de lo comunitario en la radio comunitaria.

De allí el interés, de visualizar a la información radiofónica comunitaria desde los Estudios Críticos del Discurso (ECD), entendidos estos como un campo interdisciplinario.

La mirada se dirigió a los programas informativos de las emisoras comunitarias, analizando dentro de sus estructuras, su funcionamiento y sus características. De igual manera, considerando las particularidades en el discurso que por ellas circulaban y daban cuenta de los intereses que predominaban a la hora de desarrollar una información radiofónica comunitaria.

En torno al contenido de la radio, se llegó a concluir la falta de participación, y se hizo notoria la carencia de espacios de democratización, pues no era clara una relación entre el medio y los hechos donde la comunidad generaba en compañía del medio, estrategias de soluciones al conflicto social.

Aunque la motivación de esta investigación era encontrar en el discurso informativo de la radio comunitaria, unas características que diferenciaron su ejercicio de otros medios de comunicación radial, exaltando categorías que permitieran la afirmación de que la radio comunitaria es un espacio de participación, democratización, educación, construcción colectiva, tal como lo supone el Ministerio de las TIC, se dejó como conclusión de la investigación, que el programa *Informativo al aire de la emisora comunitaria Radio Rumbo del municipio de Soacha*, carecía de una estructura clara, pues denotaba desarrollo de hechos locales y una alta participación política de los grupos dominantes. Lo anterior no representaba que la emisora no reclamaba el rótulo de comunitaria, pero descuidaba la lucha por el cambio, moviéndose finalmente entre las dinámicas de intereses comerciales y olvidando los principios que definen las emisoras de este corte como posibilidades de empoderamiento social.

No alejados del interés por construir ciudadanía y por develar el ámbito que rodea el rol ciudadano de las emisoras comunitarias, Universidad de la Sabana, (2015) desarrollaron, en Chía Cundinamarca, un análisis de la franja radial "Sin Conexión Recargado," un espacio donde se buscó enmendar problemáticas presentes en la población juvenil del municipio de Tocancipá. Dicho análisis quedó consignado en la investigación titulada *La importancia de la estrategia en dos entidades con diferentes enfoques de comunicación y educación: la emisora comunitaria Alegría fm estéreo de Tocancipá y el Centro*

*interdisciplinario de estudios sobre desarrollo de la Universidad de los Andes, CIDER.* El punto de partida de este estudio, fue analizar cómo la radio comunitaria, como la nombran las investigadoras, se convirtió en una herramienta de educación, participación ciudadana y agente generador de cambio social en la población juvenil. Por otro lado, se buscó considerar el papel que los jóvenes desempeñaban en la construcción de ciudadanía a través de la radio y mediante la aplicación y medición de encuestas. Se llegó a determinar el impacto de los mensajes transmitidos en el programa en mención, para establecer si respondían a las necesidades de contenidos comunicacionales que tenían los jóvenes de dicho municipio. Para ello, se afirmó que la radio comunitaria era una herramienta para la construcción de ciudadanía, en este caso, “Sin conexión recargado” de la emisora *Alegría estéreo*, rescataba los aspectos locales, concedía voz a la comunidad con el fin de expresar sus experiencias para construir un diálogo que beneficiara, en este caso, a los jóvenes y a su entorno social y que para lograr una comunicación efectiva era necesario que existiera un proceso participativo de retroalimentación y de construcción de los mensajes.

Como eje de exploración, se han generaron diversas investigaciones orientadas por la visión de los jóvenes y la comunidad, a esto fue necesario sumar elemento de análisis, la manera en que las Tecnologías de la Información y la Comunicación facilitaban a las comunidades la generación de relatos y discursos por fuera de la hegemonía cultural impuestos en el mercado.

A modo de conclusión es importante resaltar que el principal propósito de enmarcar criterios como los retomados, fue diferenciar y posteriormente clasificar las experiencias por países de la región y en orden cronológico, considerando aspectos como el marco legal, y el funcionamiento y estado de desarrollo. Desde esta perspectiva, se hace fundamental entender el concepto de lo comunitario como una cualidad holística, pues en las emisoras es lo que conlleva a entrever el papel que reclama en la comunidad y la construcción permanente de su identidad como colectivo. En cuanto al marco legal, resultó un factor primordial debido a que la norma está directamente relacionada con los procesos de uso y apropiación. Lo anterior condujo a encontrar, que los proyectos

comunitarios dependen de otros de carácter político y que como proceso de apropiación, que ha sido asumido por grupos de gestores de diversas maneras, se inscriben en dinámicas locales que no necesariamente se ubican dentro de los parámetros de la normatividad. Por ello es importante reconocer que la comunidad se convierte en un actor fundamental que responde a la legitimación del proyecto, en tanto se reflejen sus necesidades.

Buscando alcanzar este objetivo, y debido a la intervención estadounidense en los rumbos de los países latinoamericanos, y posteriormente ante los cambios económicos surgidos por la implementación del modelo Neoliberal, se conforman Redes de emisoras comunitarias en América Latina, fundamentadas en la promoción de la radio cultural y educativa, la justicia social, la participación democrática en la resolución de problemáticas sociales y la formación ciudadana.

A estos aspectos, se pueden agregar la reivindicación de la identidad cultural, y la capacitación a la comunidad en diseño de contenidos y gestión de recursos y autosostenibilidad. El ámbito de la sostenibilidad va más allá del factor económico ya que involucra aspectos como la gestión organizacional y la vinculación a la sociedad civil y el reconocimiento por parte de ella, lo cual representa la oportunidad de consolidar un proyecto comunicativo realmente comunitario y perdurable.

Es así, como se llega a concluir que las emisoras comunitarias son un espacio de lucha por los derechos colectivos para ampliar el acceso a la participación y extender la libertad de comunicación a los ciudadanos. Para llegar a la libertad de comunicación no es suficiente permitir el acceso a la información, también es necesaria la capacitación para que el ciudadano pueda proveer contenidos para la intervención en la deliberación y en el diseño de las estrategias que se empleen para el crecimiento de la emisora.

## **CAPITULO 4:**

### **RESULTADOS**

Para el reconocimiento de las diversas emisoras comunitarias de la ciudad de Medellín se ha pensado en esquematizar un perfil de cada una de ellas retomando diversos elementos de su identidad, asignando dos subcapítulos titulados como Presentación de las emisoras y Presentación de las emisoras.

#### **4.1 Presentación de las emisoras estudiadas:**

Bajo la orientación de Acosta & Garcés (2013), para la presente investigación se adaptó el instrumento de identificación de las emisoras, en el que se retoman los siguientes componentes:

- **Datos de contextualización:** Se especifican la comuna y los barrios que la conforman, en la que está ubicada la emisora, así como los datos de contacto. El aspecto territorial es importante en la medida en que provee información sobre las problemáticas de la población que está asentada allí, para analizar la manera como son tratados en los programas.
- **Origen y trayectoria:** En este punto se consideraron fundamentales las razones que llevaron a la creación de la emisora, así como la motivación de cada uno de los miembros fundadores, para continuar con el proyecto comunicativo en el tiempo, al garantizar que los demás integrantes de la comunidad prolongaran las prácticas y se dejara un legado.
- **Conformación y funcionamiento:** En este, se describe la continuidad de los miembros de la organización respecto al organigrama. Lo anterior permite evidenciar el grado de compromiso con la empresa, y si las condiciones laborales favorecen el bienestar y la estabilidad económica de sus integrantes. Es importante mencionar, la repercusión que puede tener el perfil y la formación académica de estos, en la gestión de los distintos procesos del medio, y el aporte que pueda representar la experiencia de la radio, para cada individuo.
- **Identidad:** Se hizo un análisis sobre el marco axiológico a partir del cual se constituye la identidad de la emisora, en relación a la manera en que se involucran con

la comunidad y como se reconocen como organización, desde la identidad corporativa. Bajo la dimensión de la sostenibilidad, el aspecto identitario se puede llegar a ver comprometido, si no hay solidez en los cimientos en los que se consagra el objetivo principal de la emisora.

Igualmente las simbologías y demás elementos de recordación, son claves para la permanencia en tanto es la comunidad quien legitima los contenidos de la emisora.

Pues si bien es cierto que estos elementos hacen parte de la construcción de la imagen de la organización, también hace parte de la subjetividad de sus miembros, quienes se encargan de alimentar, modificar y difundir esta información, convirtiendo símbolos en un compendio de ideas que remiten a la emisora.

- **Comunicación:** Para este momento, se estableció una relación entre las temáticas abordadas, el público objetivo de la emisora, y las relaciones que ha establecido con grupos comunitarios tanto del contexto inmediato, como del resto de la ciudad. En este sentido, también cobra importancia la relación que se establece entre la parrilla de programación de la emisora y los horizontes que esta se traza.

- **Prácticas:** Este aspecto es primordial, pues recoge elementos que van desde la planeación, ejecución y evaluación, durante el proceso de toma de decisiones, pues en estas fases se evidencian la responsabilidad y la horizontalidad en los roles que ocupa cada uno de los partícipes de la organización.

- **Relación e interacción:** En este factor se han tenido presentes las organizaciones, entidades y demás grupos que se vinculan de manera directa e indirecta con la emisora, pues al crear redes y relaciones, la organización radial, diversifica sus manifestaciones, procurando no condicionar su estilo y principios.

**Recursos:** Este componente es determinante, debido a que dentro de los parámetros que configuran a una emisora comunitaria se encuentran la autonomía y la autosostenibilidad. La primera referente a los contenidos y a las posiciones que asume frente a los distintos fenómenos que se presentan a su alrededor, a las acciones que emprenderán respecto a ellos y cuál es la incidencia de las mismas en el proyecto político comunicativo. En relación a la autosostenibilidad, aunque las organizaciones precisan la contribución estatal, también se encuentran en la obligación de gestionar

los recursos necesarios para la financiación de sus actividades y el funcionamiento de la organización.

Para ilustrar esta reseña se presenta el siguiente instrumento:

<b>NOMBRE DE LA EMISORA:</b> La Once Radio <a href="http://laonceradio.fm">http://laonceradio.fm</a>
<b>DATOS DE CONTEXTUALIZACIÓN</b>
<b>Territorio de intervención. (Comunas, barrios, la ciudad)</b> Comuna 11, La Castellana, Las Acacias, Laureles, Los Conquistadores, San Joaquín Bolivariana, Lorena, El Velódromo, Florida Nueva, Naranjal, Suramericana, Estadio, Los Colores, La Cuarta Brigada, Carlos E. Restrepo
<b>Ubicación de la emisora:</b> El Velódromo
<b>Contacto:</b> Teresita Cadavid
<b>ORIGEN Y TRAYECTORIA</b>
<b>Fecha de creación:</b> Septiembre 22 de 2011
<b>Fecha de constitución (en caso de que aplique)</b>
<b>Tiempo de actividad (continuidad o tiempos de inactividad)</b> 4 años.
<b>¿Qué motivó la creación de la emisora? ¿Cómo fue el proceso de conformación de la emisora?</b> La emisora virtual adquiere el carácter comunitario en el 2011, buscando ampliar los medios en la comuna 11 y debido a las dificultades en la gestión ante el Ministerio de Cultura para cumplir con los requisitos con el fin de que se le asignara una frecuencia en el dial. A partir de esto, y gracias a la participación en las comisiones de presupuesto participativo durante la administración del entonces alcalde Sergio Fajardo y a la vinculación con la Corporación Sueños de Libertad, ha podido participar en convocatorias por recursos y capacitación.
<b>CONFORMACIÓN Y FUNCIONAMIENTO</b>
<b>TIEMPO DE PERMANENCIA DE LOS INTEGRANTES:</b> Tanto la directora como la operadora de audio llevan 4 años en la emisora. Los demás asisten de manera intermitente.
<b>¿Cómo está estructurado el grupo?</b> Directora, Operadora de Audio, Locutores itinerantes, Practicantes.
<b>IDENTIDAD</b>
<b>¿Qué los define o identifica?</b> La Once Radio es una emisora virtual que siempre está al servicio de la comunidad. El cumplimiento de nuestras funciones se fundamentan en los principios constitucionales y la función pública, con sometimiento pleno en la ley y al derecho, así como en los principios que regulan la Constitución Colombiana.
<b>Temas o asuntos que los congrega</b> Si bien apuntan a la comunidad en general de esta zona de la ciudad, se le da prioridad a los adultos mayores, quienes además son mayoría en la comuna 11.
<b>Objetos, signos, símbolos, íconos, slogan:</b> <b>Slogan:</b> <i>Ponte en contacto con la 11.</i> <b>Símbolo:</b> Once que simula dos torres de edificios con luces encendidas, que unidos por una diadema y un cable de conexión, que forma la palabra online, asemejan un audífono
<b>Principios:</b> 1. Respeto a la comunidad. 2. Responsabilidad fiscal y patrimonial.

3. Funcionamiento planificado, veeduría de la gestión y de resultados.
4. Eficacia en el cumplimiento de los objetivos y metas fijados y eficiencia en la asignación y utilización de los recursos públicos.
5. Suficiencia, racionalidad y adecuación de los medios a los fines institucionales.
6. Simplicidad, transparencia y cercanía organizativa a los particulares.
7. Coordinación, cooperación y trabajo solidario.
8. Lealtad institucional.
9. Competencia y competitividad.
10. Trabajo en equipo.
11. Descentralización funcional.
12. Responsabilidad social.
13. Democratización de la comunicación.
14. Veracidad, oportunidad, imparcialidad y de no censura.
15. Compromiso con la construcción de ciudadanía participativa.

**Valores:**

1. Respeto a la Constitución: implica asumir las responsabilidades que derivan del incumplimiento o de la actuación contraria al Estado democrático social de Derecho y de Justicia.
2. Estar al servicio de la comunidad: en cuyo interés habrá de cumplir con su responsabilidad social en la prestación de los servicios de radio.
3. Libertad de expresión y derecho a la información: como derechos humanos constitucionales e irrenunciables del pueblo, para que éste se exprese amplia y libremente y reciba la información a que tiene derecho, en forma oportuna, veraz y sin censura.
4. Construcción de identidad: en consecuencia sus mensajes contribuirán con el desarrollo, la formación, la ciencia, la educación, la cultura y, en general, con el ejercicio libre y soberano de nuestra idiosincrasia.
5. Condena al amarillismo: como una forma permanente de defender la libre expresión de los ciudadanos y ciudadanas y de combatir a quienes bajo prácticas destinadas a deformar y tergiversar la verdad, hacen de este ejercicio un negocio para el lucro, en lugar de un ejercicio para la libertad del ser humano. Por lo tanto la Radio Comunitario Virtual La Once Radio. Fm evitara el lenguaje sexista, obsceno y discriminatorio que ofenda la dignidad de las personas cualquiera sea su color, religión y opciones de vida.
6. Ética: como el actuar de acuerdo con las normas que regulan la conducta humana, en especial las normas contenidas en el Código de Ética Profesional para comunicadores y periodistas.
7. Responsabilidad y Solidaridad Social: compromisos que deriva del deber de asumir responsabilidades sociales y participar solidariamente en la vida política, civil y comunitaria del país, promoviendo y defendiendo los derechos de la comunidad como fundamento de la democracia participativa, de la paz social y de la construcción del tejido social.
8. Responsabilidad Profesional: constituye un valor fundamental en el desempeño de la relación laboral que garantiza no sólo el ejercicio ético de la profesión, oficio o cargo que se desempeña, sino también la responsabilidad, disciplina y competencia en el ejercicio de las funciones o atribuciones propias del cargo.
9. Trabajo en RED: la capacidad de trabajo articulado con grupos, organizaciones y movimientos sociales y comunicativos afines en el trabajo en pro de una sociedad más justa, equitativa e incluyente.

<b>COMUNICACIÓN Y PARRILLA</b>
<p><b>¿Qué procesos comunicativos desarrollan?</b> Se busca establecer una comunicación bidireccional al poner a disposición de la comunidad el blog institucional, la fan page de la emisora, redes sociales, encuestas.</p>
<p><b>¿Cuál es la importancia de la emisora en relación con la interacción con grupos, comunidad y ciudad?</b> La emisora representa un espacio de convergencia en el cual la comunidad tiene la posibilidad de compartir conocimiento. De esta manera, permite visibilizar sectores de la población como los adultos mayores y colectivos culturales, que en otros espacios no han encontrado voz.</p>
<p><b>¿Qué temáticas se privilegian y por qué?</b> Se privilegian temáticas referentes al interés social y al ámbito educativo y cultural, porque son rasgos característicos de las necesidades de la población de esta comuna</p>
<p><b>¿Cuáles son los criterios que definen la selección de las temáticas?</b> Se busca que los contenidos apunten a las necesidades de la comunidad, excluyendo temas de carácter político (partidos, campañas, candidatos, proselitismo), y religioso.</p>
<b>PRÁCTICAS</b>
<p><b>Actividades desarrolladas en la producción de medios</b></p>
<p><b>¿Cómo se toman las decisiones, cómo se planea?</b> La directora de la emisora evalúa los contenidos que se van a emitir, desde la construcción del guión por parte de locutores externos o practicantes universitarios, hasta la edición y montaje.</p>
<b>RELACIÓN E INTERACCIÓN</b>
<p>Grupos, colectivos, organizaciones, entidades, con las que se relacionan: Adultos mayores, personas en proceso de resocialización, Universidad Luis Amigó, Centro Ambiental ASSISI, Instituto Metropolitano de Educación, Universidad de Medellín.</p>
<b>RECURSOS</b>
<p><b>¿Con qué recursos cuenta la emisora?</b> Corporación Sueños de Libertad, Planeación Local y Presupuesto Participativo.</p>
<p>Mecanismos/estrategias para la obtención/generación de recursos: Apoyo logístico, Participación en convocatorias privadas y gubernamentales.</p>

TABLA 3 Presentación La Once Radio  
Fuente: Acosta & Garcés (2013, pp. 186,187)

<b>NOMBRE DE LA EMISORA:</b> Morada Estéreo <a href="http://morada.co/habitar/emisora/radio/">http://morada.co/habitar/emisora/radio/</a>
<b>DATOS DE CONTEXTUALIZACIÓN</b>
<p><b>Territorio de intervención. (Comunas, barrios, la ciudad)</b> Medellín, Comuna 13, Barrios: El Pesebre, Blanquizal, Santa Rosa de Lima, Los Alcázares, Metropolitano, La Pradera, Juan XXIII, Antonio Nariño, San Javier n.º 1, San Javier n.º 2, Veinte de Julio, El Salado, Pablo Escobar, Nuevos Conquistadores, Las Independencias, El Corazón, Belencito, Betania, La Divisa, Eduardo Santos y El Socorro</p>
<p><b>Ubicación de la emisora:</b> San Javier</p>
<p><b>Contacto:</b> Daniela Arbeláez</p>
<b>ORIGEN Y TRAYECTORIA</b>
<p><b>Fecha de creación:</b> 6 junio 2013</p>
<p><b>Fecha de constitución (en caso de que aplique)</b></p>
<p><b>Tiempo de actividad (continuidad o tiempos de inactividad)</b> 3 años</p>

<p><b>¿Qué motivó la creación de la emisora? ¿Cómo fue el proceso de conformación de la emisora?</b> No se menciona</p>
<p><b>CONFORMACIÓN Y FUNCIONAMIENTO</b></p>
<p><b>TIEMPO DE PERMANENCIA DE LOS INTEGRANTES:</b> Intermitente.</p>
<p><b>¿Cómo está estructurado el grupo?</b> El equipo está conformado por voluntarios de diferentes profesiones y oficios que quisieran participar y proponer un programa de radio.</p>
<p><b>IDENTIDAD</b></p>
<p><b>¿Qué los define o identifica?</b> Al autodenominarse como comunitarios consideran que es territorializarse, por lo tanto no se identifican únicamente como parte de la comuna 13, sino definirse como un colectivo de un medio alternativo.</p>
<p><b>Temas o asuntos que los congrega:</b> Periodismo investigativo, arte radiofónico. Apuntan a las necesidades y puntos de vista de los jóvenes de la ciudad.</p>
<p><b>Objetos, signos, símbolos, íconos, slogan:</b> <b>Slogan:</b> Voces de los soñadores <b>Símbolo:</b> Se puede interpretar como un árbol que acoge bajo su sombra o como un perchero de una casa en el que se depositan artículos de uso diario, cuando se llega a descansar.</p>
<p><b>Objetivo:</b> Volver al periodismo investigativo para la denuncia y hablarle al poder desde el arte y el placer. <b>Principios:</b> Con Morada Estéreo estamos apostando a un medio independiente, completamente libre y sin censura Con Morada Estéreo estamos apostando a un medio independiente, completamente libre, sin censura. Encontramos la identidad y la línea editorial desde las personas con las que nos juntamos, por sus búsquedas, por lo que crean, por cómo ayudan.</p> <p>Le estamos volviendo a dar un valor a la palabra, buscamos el susurro, le apostamos a la radio como el medio para escuchar con los ojos cerrados, como el medio para soñar, para escuchar a los soñadores.</p> <p>Sin voces impostadas, sin guiones insulsos, sin brutalidad, sin prisa somos una red de locutores y realizadores que vibramos. Aquí encontrará gente proponiendo, muchos de ellos inconformes, siempre explorando con la generosidad del intercambio.</p> <p>La emisora le sirve a esta red para cuestionar, para juntarnos, tejer nuevas redes y mostrar lo que se hace, lugares, procesos, colectivos, pero, sobre todo, la obra artística. Especialmente, estamos apuntando a mostrar música de Medellín que no suene en ningún otro lado.</p> <p>Intentamos también prestarle la voz a los que no tienen voz, estamos en contra de la discriminación y la segregación, contribuyendo a abrir una Medellín que muchos hacen, sin fronteras, en trueque con el mundo. Desde ahí también nos suscribimos a la filosofía de Creative Commons necesaria para eliminar intermediarios y fortalecer la creación solidaria en red.</p>
<p><b>COMUNICACIÓN Y PARRILLA</b></p>
<p><b>¿Qué procesos comunicativos desarrollan?</b> Semillero de radio, voluntariado, mesas de trabajo, semillero de programación</p>
<p><b>¿Cuál es la importancia de la emisora en relación con la interacción con grupos, comunidad y ciudad?</b> La importancia radica en la existencia de un espacio de tranquilidad, reflexión y desarrollo de pensamiento crítico.</p>
<p><b>¿Qué temáticas se privilegian y por qué?</b></p>

Se privilegian los temáticas relacionadas con la crítica, la discusión frente coyunturas y problemáticas sociales. La parrilla se clasifica en tres temas: Arte, ciudad y amar.
<b>¿Cuáles son los criterios que definen la selección de las temáticas?</b> Si bien hay una apertura a muchos temas, la gente se autofiltra según los principios de la emisora. Conservan los archivos de toda la producción radiofónica. Las decisiones se toman en conversación entre los medios del comité editorial.
<b>PRÁCTICAS</b>
<b>Actividades desarrolladas en la producción de medios</b>
¿Cómo se toman las decisiones, cómo se planea? El semillero de radio y el comité editorial se reúne mensualmente a decidir los cambios de la emisora.
<b>RELACIÓN E INTERACCIÓN</b>
Semilleros de formación musical, programación, radio, tertulia
<b>RECURSOS</b>
¿Con qué recursos cuenta la emisora? Fundación Casa de las Estrategias. Alcaldía de Medellín. Confiar.
Mecanismos/estrategias para la obtención/generación de recursos: Voluntariados, redes de trabajo en intercambio de contenidos con OtraParte, Casa Teatro El Poblado, colectivos artísticos, de mujeres

TABLA 4 Presentación Morada Estéreo  
Fuente: Acosta & Garcés (2013, pp. 186,187)

<b>NOMBRE DE LA EMISORA:</b> <b>Voces de la 8</b> <a href="http://www.ciudadcomuna.org/ciudadcomuna/voicedela8.html">http://www.ciudadcomuna.org/ciudadcomuna/voicedela8.html</a>
<b>DATOS DE CONTEXTUALIZACIÓN</b>
<b>Territorio de intervención. (Comunas, barrios, la ciudad)</b> Medellín, Comuna 8, barrios: Villa Hermosa, La Mansión, San Miguel, La Ladera, Batallón Girardot, Llanaditas, Los Mangos, Enciso, Sucre, El Pinal, Trece de Noviembre, La Libertad, Villa Tina, San Antonio, Las Estancias, Villa Turbay, La Sierra y Villa Lilliam.
<b>Ubicación de la emisora:</b> Comuna 8
<b>Contacto:</b> Yasmine Garavito
<b>ORIGEN Y TRAYECTORIA</b>
<b>Fecha de creación:</b> 2013
<b>Fecha de constitución (en caso de que aplique)</b>
<b>Tiempo de actividad (continuidad o tiempos de inactividad)</b> 3 años
<b>¿Qué motivó la creación de la emisora? ¿Cómo fue el proceso de conformación de la emisora?</b> Surge como iniciativa del periódico la 8, como una necesidad de tener una plataforma de formación más integral y se creó una escuela de comunicación comunitaria. Al principio, se formó un semillero de radio y se pasó a montar una emisora virtual
<b>CONFORMACIÓN Y FUNCIONAMIENTO</b>
<b>TIEMPO DE PERMANENCIA DE LOS INTEGRANTES:</b> Los locutores son intermitentes según sus propuestas y compromiso.
<b>¿Cómo está estructurado el grupo?</b> No se menciona
<b>IDENTIDAD</b>
<b>¿Qué los define o identifica?</b> Se identifican con todos los sectores poblacionales de la ciudad, desde la movilización social, pues los medios alternativos deben acompañar a los grupos ciudadanos que tomen la iniciativa de movilizarse.
<b>Temas o asuntos que los congrega:</b>

Promoción a la movilización social para ciudadanías conscientes y críticas.
<b>Objetos, signos, símbolos, íconos, slogan:</b> <b>Slogan:</b> Difundiendo nuestra realidad <b>Símbolo:</b> Se observa un disco dentro de una nube que representa mensajes emitidos desde cualquier medio.
<b>Objetivo:</b> <b>Principios:</b> La emisora virtual comunitaria Voces de la 8 busca promover desde la radio comunitaria popular procesos de diálogo e interacción entre líderes y procesos sociales del territorio de la Comuna 8 en temas como la memoria, la planeación del desarrollo, la participación comunitaria, la cultura, la organización y la movilización social, la apropiación del territorio y los derechos humanos. La emisora comunitaria Voces de la 8 se articula desde su trabajo periodístico a las dinámicas de construcción de agendas sociales y de participación comunitaria del territorio de la Comuna 8 y de otros territorios de la ciudad.
<b>COMUNICACIÓN Y PARRILLA</b>
<b>¿Qué procesos comunicativos desarrollan?</b> Plataforma de difusión para los demás medios del colectivo Ciudad Comuna, voluntariado en la realización de programas con ciudadanos y colectivos.
<b>¿Cuál es la importancia de la emisora en relación con la interacción con grupos, comunidad y ciudad?</b> Trabajan con las periferias de la ciudad, por la vulnerabilidad de su población para el diseño de campañas para la reivindicación de derechos, desde una estrategia pedagógica, para construir ciudadanía pacífica y con iniciativa de movilización.
<b>¿Qué temáticas se privilegian y por qué?</b> Memoria, la planeación del desarrollo, la participación comunitaria, la cultura, la organización y la movilización social, la apropiación del territorio y los derechos humanos, porque apuntan a la generación de una ciudadanía crítica y que se moviliza por sus derechos.
<b>¿Cuáles son los criterios que definen la selección de las temáticas?</b> No son partidarios de hacer campañas políticas, la drogadicción ni lo religioso.
<b>PRÁCTICAS</b>
<b>Actividades desarrolladas en la producción de medios</b>
¿Cómo se toman las decisiones, cómo se planea? Las decisiones se toman entre los miembros del colectivo Ciudad Comuna
<b>RELACIÓN E INTERACCIÓN</b>
A través de la intervención para la orientación y movilización de población desplazada.
<b>RECURSOS</b>
¿Con qué recursos cuenta la emisora? Ciudad Comuna.
Mecanismos/estrategias para la obtención/generación de recursos: Ciudad Comuna, alianzas y convenios con organizaciones sociales y comunitarias, prestación de servicios audiovisuales

TABLA 5 Presentación Voces de la 8  
Fuente: Acosta & Garcés (2013, pp. 186,187)

<b>NOMBRE DE LA EMISORA:</b> <b>Contacto 10.fm</b> <a href="http://www.contacto10.fm/">http://www.contacto10.fm/</a>
<b>DATOS DE CONTEXTUALIZACIÓN</b>
<b>Territorio de intervención. (Comunas, barrios, la ciudad)</b> Medellín, Comuna 10: Barrios Jesús Nazareno, El Chagualo, Estación Villa, San Benito, Guayaquil, Corazón de Jesús, Calle Nueva Perpetuo Socorro, Colón, Las Palmas, Bombona n.º 1, Boston, Los Ángeles, Villanueva, La Candelaria, San Diego, La Alpujarra (área institucional), Centro Administrativo (área institucional) Hospital Universitario San Vicente de Paúl (área ins.)
<b>Ubicación de la emisora:</b> Comuna 10
<b>Contacto:</b> Lisbeth Montoya Chaverra Teléfono: 232-54-86
<b>ORIGEN Y TRAYECTORIA</b>
<b>Fecha de creación:</b> 2012
<b>Fecha de constitución (en caso de que aplique)</b>
<b>Tiempo de actividad (continuidad o tiempos de inactividad)</b> 4 años
<b>¿Qué motivó la creación de la emisora? ¿Cómo fue el proceso de conformación de la emisora?</b> Formar, capacitar a la sociedad colombiana, sin exclusión, para generar pensamiento crítico frente a los medios. (Fundación) existía un grupo infantil y juvenil y de este surge la idea de crear una emisora virtual para visibilizar las voces de este sector de la población. Estos jóvenes hoy en día estudian carreras de humanidades, apoyando a la comunicación comunitaria desde sus áreas de trabajo, convirtiéndose en multiplicadores de la emisora. Los estatutos, principios y organigrama de la emisora fueron creados en colectivos, con apoyo de la Fundación Sumapax, diseñando el proyecto de la emisora comunitaria, como una emisora empresarial
<b>CONFORMACIÓN Y FUNCIONAMIENTO</b>
<b>TIEMPO DE PERMANENCIA DE LOS INTEGRANTES:</b> Intermitente
<b>¿Cómo está estructurado el grupo?</b> Gerente Tallerista Comunicadora Mercaderistas Guionistas
<b>IDENTIDAD</b>
<b>¿Qué los define o identifica?</b> Comunicación que surja desde la verdad para que sea más clara y concreta. Generar una cultura propositiva, crítica y no violenta en los ciudadanos, de manera que haya movilización donde la gente reclame sus derechos.
<b>Temas o asuntos que los congrega</b> Político, ambiental, espiritual, liderazgo, plan de desarrollo. Las temáticas de los contenidos surgen según las necesidades de la comunidad, evaluando sus pro y sus contras. Espiritualidad de comunidades eclesiales de base
<b>Objetos, signos, símbolos, íconos, slogan:</b> <b>Slogan:</b> Voces comunitarias con sentido. <b>Símbolo:</b> Se observa un 10, compuesto por un uno y un cero representado por un disco con ondas y un micrófono sin conectar.
<b>Principios:</b> <b>Misión:</b> Ser una empresa comunitaria independiente de información para generaciones no violentas y críticas.

**Visión:** Ser una empresa autosostenible.

**OBJETIVO GENERAL:**

Lograr que la Comuna 10 La Candelaria (Prado, Jesús nazareno, El Chagualo, Estación Villa, San Benito, Guayaquil, Corazón de Jesús, Calle Nueva, Perpetuo Socorro, Colón, Las Palmas, Bomboná 1, Boston, Los Ángeles, Villanueva, La Candelaria, San Diego) cuente con una emisora virtual en la que se brinde un nuevo espacio de capacitación y de formación en la educación para la construcción de un tejido social más humano, democrático, cívico, para que la gente de la Comuna Diez, se desarrolle y mejore su calidad de vida.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Conocer y analizar la cotidianidad para mejorar los procesos de convivencia de nuestra comuna 10, basándonos en la libertad, en la verdad y la justicia.
2. Mejoramiento, difusión y comunicación de los procesos sociales, cívicos y culturales y comunitarios de la Comuna Diez.
3. Ofrecer una parrilla de programación interesante, dinámica y atractiva que le permita llegarle a todo el público, que conforma la Comuna 10, de manera especial a los jóvenes cibernautas.
4. Conocimiento de la poblacional de la Comuna 10 de los jóvenes entre 18 y 34 años, líderes sociales, cívicos, de grupos juveniles, de investigación y empresarios.
5. Identificar las necesidades que tiene Comuna 10 y buscar soluciones o respuestas que les permita superarlas.
6. Identificar los comerciantes que tiene la comuna 10 para ofrecer las pautas comerciales.
7. Fortalecer las diferentes organizaciones de la Comuna 10, a través de la difusión de sus programas, la utilización de la publicidad y de cuñas radiales para que vayan teniendo un impacto positivo en la comunidad.
8. Generar conciencia sobre la importancia de las comunicaciones en el trabajo comunitario, con un sentido pedagógico, crítico y una intencionalidad meramente formativa.
9. Conocer y participar del presupuesto participativo en el área de comunicación.
10. Estar conectado con el plan de gobierno de la comuna 10 y ofrecer espacios de comunicación con la comunidad.

**COMUNICACIÓN Y PARRILLA**

**¿Qué procesos comunicativos desarrollan?**

Talleres de comunicación que promueven el pensamiento crítico frente a los medios y semilleros de formación de reporteritos.

**¿Cuál es la importancia de la emisora en relación con la interacción con grupos, comunidad y ciudad?**

Formación ciudadana, pensamiento crítico y movilización y organización social

**¿Qué temáticas se privilegian y por qué?**

Se privilegian las temáticas orientadas a la inclusión y empoderamiento de la mujer, ya que es uno de los sectores más vulnerables de la comuna.

**¿Cuáles son los criterios que definen la selección de las temáticas?**

Confrontación y denuncia ante la administración municipal, sin ser panfletarios, reivindicación de derechos humanos. Se realiza un sondeo en la comunidad para determinar la transformación y continuación de los programas.

**PRÁCTICAS**

**Actividades desarrolladas en la producción de medios**

¿Cómo se toman las decisiones, cómo se planea?

Las decisiones en torno a la parrilla de programación se toman en colectivo de acuerdo con sus objetivos, las propuestas generadas desde la comunidad y la asesoría de la Fundación Sumapax.

**¿Cómo se toman las decisiones, cómo se planea?**

Los asuntos abordados en los programas se determinan según las necesidades de la comunidad y las iniciativas sociales.

<b>RELACIÓN E INTERACCIÓN</b>
La emisora se relaciona e interactúa con la comunidad permitiéndole ser la protagonista en la producción de los contenidos, pues es a partir de sus necesidades que se generan unas propuestas que busque sensibilizar y generar sentido de lo comunitario.
<b>RECURSOS</b>
<b>¿Con qué recursos cuenta la emisora?</b> Apoyo de la Fundación Sumapax, venta de souvenirs, compilación de producciones radiofónicas, presupuesto participativo aunque no se consideran una emisora PPdependiente.
<b>Mecanismos/estrategias para la obtención/generación de recursos:</b> Convocatorias de la Alcaldía, Min Tic, y convocatorias internacionales

TABLA 6 Presentación Contacto 10fm  
Fuente: Acosta & Garcés (2013, pp. 186,187)

<b>NOMBRE DE LA EMISORA:</b> 4Bits Radio <a href="http://m.4bits2.webnode.com.co/">http://m.4bits2.webnode.com.co/</a>
<b>DATOS DE CONTEXTUALIZACIÓN</b>
<b>Territorio de intervención. (Comunas, barrios, la ciudad)</b> Jorge Isaacs, Santander, Porvenir, Las Delicias, Manzanares, Salomia, Fátima, Sultana-Berlín-San Francisco, Popular, Ignacio Rengifo, Guillermo Valencia, La Isla, Marco Fidel Suárez, Evaristo García, La Esmeralda, Bolivariano, Olaya Herrera, Bueno Madrid, Flora Industrial, Calima, La Alianza, Industria de Licores.
<b>Ubicación de la emisora:</b> Barrio Aranjuez
<b>Contacto:</b> Andrés Martínez
<b>ORIGEN Y TRAYECTORIA</b>
<b>Fecha de creación:</b> No se especifica
<b>Fecha de constitución (en caso de que aplique)</b>
<b>Tiempo de actividad (continuidad o tiempos de inactividad)</b> 5 años de 88.0 F.M y 2 de 4Bits
<b>¿Qué motivó la creación de la emisora? ¿Cómo fue el proceso de conformación de la emisora?</b> La emisora inició con el proyecto comunicativo <i>Enlace 88.0 f.m</i> , ubicado en el barrio las Esmeraldas, el cual al no contar con licencia, se le negó la posibilidad de seguir al aire, se recogieron sus equipos por una demanda de <i>Todelar</i> ante el Mintic, exponiendo la ilegalidad de la misma y cesó sus transmisiones en el dial. Una vez se inició el proceso de licitación, surge 4Bits, una emisora digital, la cual lleva cerca de 2 años al aire. Esta última surgió para poder llevar información a la comunidad y como resultado de la afición de su fundador y un grupo de jóvenes, hacia la informática y la tecnología.
<b>CONFORMACIÓN Y FUNCIONAMIENTO</b>
<b>TIEMPO DE PERMANENCIA DE LOS INTEGRANTES:</b> El fundador y director, se encuentra desde que surgió la emisora.
<b>¿Cómo está estructurado el grupo?</b> Director- programador, realizadores y locutores. Andrea Osorio Sierra, Jorge Grajales y Andrea Villarraga.
<b>IDENTIDAD</b>
<b>¿Qué los define o identifica?</b> Se tiene como principal pilar, el omitir temas referidos al proselitismo y temas de carácter religioso, para evitar la confrontación. No se incluyen temas que puedan llevar a confrontaciones, por ello se prefiere abordar temas positivos y no de discusión para no generar confrontaciones con los habitantes de la comuna 4.
<b>Temas o asuntos que los congrega</b>

<p>La emisora busca informar acerca de actividades, culturales, recreativas, deportivas, de salud que la comunidad con otros medios no logra conocer, dado que hay campañas de eventos, pero mucha gente no participa porque no se dan cuenta. En este sentido, se busca involucrar a la comuna desde diversas edades e intereses a partir de un medio digital que integra a todos los habitantes de la comuna 4.</p>
<p><b>Objetos, signos, símbolos, íconos, slogan:</b>  <b>Slogan:</b> Hablando a 4Bits  <b>Símbolo:</b> El nombre de la emisora 4Bits, se encuentra en un formato que denota estar en tercera dimensión y pixelado, combinando el pasado de los pixeles y el presente de la tecnología 3D.</p>
<p><b>Principios:</b>  Establecer una radio con una meta clara, entregarle a la comuna 4 y todos los que sintonicen nuestra señal en internet, una emisora que educa, divierte, forma e informa.</p>
<p><b>COMUNICACIÓN Y PARRILLA</b></p>
<p><b>¿Qué procesos comunicativos desarrollan?</b>  Es una plataforma de difusión, que presta servicio social, buscando integrar a la colectividad de la comuna 4 de Medellín.</p>
<p><b>¿Cuál es la importancia de la emisora en relación con la interacción con grupos, comunidad y ciudad?</b>  La emisora es un medio de comunicación neutro, independiente y veraz, que refleja los intereses sociales y contribuye a compartir información de interés para la comunidad.</p>
<p><b>¿Qué temáticas se privilegian y por qué?</b>  Se privilegian asuntos de interés social, que involucran actividades de recreación, educativas o culturales, por encima de noticias que pueden encontrarse en otros medios.</p>
<p><b>¿Cuáles son los criterios que definen la selección de las temáticas?</b>  Se excluyen los temas de carácter político (partidos, campañas, candidatos, proselitismo), y religioso, pensando en no generar controversia.  Algunos de los programas se tienen reservados para su revisión desde el comité de presupuesto participativo, pues una vez se cuente con el apoyo deberán ser examinados en torno a sus temáticas y calidad.</p>
<p><b>PRÁCTICAS</b></p>
<p><b>Actividades desarrolladas en la producción de medios</b>  La emisora brinda la posibilidad al público de integrarse, según los intereses que manifieste y convertirse en parte de la misma, compartiendo su experiencia o convirtiéndose en el emisor de su propia idea en un espacio que se le asigna.</p>
<p><b>¿Cómo se toman las decisiones, cómo se planea?</b>  La emisora cuenta con dos estrategias para producir sus contenidos. Por un lado, se establece desde el interior de la organización, proponiendo desde sus miembros los contenidos que se requieren y los que son propicios para las emisiones. Por otra parte, se hacen convocatorias donde se conforman comités y la comunidad realiza propuestas para definir un asunto que se considere relevante o se deba incluir en los contenidos.</p>
<p><b>RELACIÓN E INTERACCIÓN</b></p>
<p>La emisora interactúa con el periódico de la comuna 4, para ello se comparte información, así como ediciones y se publica información de la emisora a través del periódico. Igualmente se cuenta con el apoyo del director de la emisora de la Universidad Nacional. Para la emisora es fundamental la participación de la población de la comuna 4.</p>
<p><b>RECURSOS</b></p>
<p>Presupuesto participativo, pauta publicitaria.</p>

TABLA 7 Presentación 4Bits  
Fuente: Acosta & Garcés (2013, pp. 186,187)

<b>NOMBRE DE LA EMISORA:</b> Zona Radio
<b>DATOS DE CONTEXTUALIZACIÓN</b>
<b>Territorio de intervención. (Comunas, barrios, la ciudad)</b> Medellín Comunas 1 a la 7
<b>Ubicación de la emisora:</b> Robledo Kennedy Comuna seis
<b>Contacto:</b> Yaneth Rodas
<b>ORIGEN Y TRAYECTORIA</b>
<b>Fecha de creación:</b> 2011
<b>Fecha de constitución (en caso de que aplique)</b>
<b>Tiempo de actividad (continuidad o tiempos de inactividad)</b> 4 años
<b>¿Qué motivó la creación de la emisora? ¿Cómo fue el proceso de conformación de la emisora?</b> La emisora surge como iniciativa de la Corporación educativa y cultural Simón Bolívar, la cual se formó hace 35 años en la comuna para exigir derechos relacionados con la educación. Hubo un primer momento en 1998 en el que se tuvo la primera emisora sin licencia por lo cual se les decomisaron los equipos, hasta que inician gestiones con la promulgación del decreto en el 2008 que reglamentaba a las emisoras comunitarias, hasta el 2011 año en el que se les otorga la licencia.
<b>CONFORMACIÓN Y FUNCIONAMIENTO</b>
<b>TIEMPO DE PERMANENCIA DE LOS INTEGRANTES:</b> Coordinadora: 4 años Los demás miembros tiempo intermitente
<b>¿Cómo está estructurado el grupo?</b> Coordinadora Máster Siete productores de la emisora
<b>IDENTIDAD</b>
<b>¿Qué los define o identifica?</b> Buscan darle voz a todas las voces, por lo tanto no se enfocan a ningún sector específico de la comuna.
<b>Temas o asuntos que los congrega:</b> Se congregan en torno a problemáticas y particularidades de la comuna
<b>Objetos, signos, símbolos, íconos, slogan:</b> <b>Slogan:</b> En Zona Radio tú haces la radio. <b>Símbolo:</b> El nombre de la emisora está rodeado por un cassette, un micrófono y una señal de alto cuyo mensaje tiene el número de la frecuencia en la que se ubica en el dial. <b>Objetivo:</b> Ser un referente de comunicación de ciudad para trascender y buscar alianzas para hacer cosas que no se han hecho en otras emisoras comerciales y comunitarias. <b>Principios:</b> Visión: La emisora comunitaria de la Zona Norte de Medellín, es una propuesta de comunicación popular colectiva de transformación social, que busca el fortalecimiento de los vínculos comunitarios y el tejido social del territorio y la ciudad; a través de la visibilización de la cultura y la identidad comunitaria, la exigibilidad de los derechos humanos, la promoción del desarrollo, la convivencia y la democracia
<b>COMUNICACIÓN Y PARRILLA</b>
<b>¿Qué procesos comunicativos desarrollan?</b> Se buscaba cualificar a la comunidad por lo cual se hicieron escuelas radiofónicas en la ciudad, en las cuales se formaron muchos de los productores que hoy están en la emisora. Estudio de audiencia de la comunidad.

<p><b>¿Cuál es la importancia de la emisora en relación con la interacción con grupos, comunidad y ciudad?</b></p> <p>La importancia radica en que la emisora se convierte en un referente de comunicación.</p>
<p><b>¿Qué temáticas se privilegian y por qué?</b></p> <p>No hay un enfoque como tal con temáticas determinadas, sino que emite franjas orientadas a diferentes públicos, así se encuentran programas con géneros que atienden a la necesidad de diversas poblaciones.</p>
<p><b>¿Cuáles son los criterios que definen la selección de las temáticas?</b></p> <p>No se emiten contenidos relacionados con partidos o candidatos, ni religioso. La selección de las temáticas se basa en el Código de Ética y Manual de estilo.</p>
<b>PRÁCTICAS</b>
<p><b>Actividades desarrolladas en la producción de medios</b></p> <p>¿Cómo se toman las decisiones, cómo se planea?</p> <p>Las decisiones se toman entre la coordinadora y los siete productores.</p>
<b>RELACIÓN E INTERACCIÓN</b>
<p>Escuelas de comunicación popular, semilleros.</p>
<b>RECURSOS</b>
<p>¿Con qué recursos cuenta la emisora? Corporación Simón Bolívar, Presupuesto participativo, Pauta. Mecanismos/estrategias para la obtención/generación de recursos: Pago por el espacio, trueque, convenio con la Fundación Universitaria Luis Amigó, Becas de Creación del Ministerio de Cultura, Cooperación internacional con Ong's, concursos.</p>

TABLA 8 Presentación Zona Radio  
Fuente: Acosta & Garcés (2013, pp. 186,187)

## 4.2 Programación de las emisoras

De acuerdo con las emisoras estudiadas se realizó una mirada general a la parrilla de programación, para determinar qué programas serían escuchados, de acuerdo a las categorías adoptadas por las investigadoras, descritas en el capítulo 1. Para tal efecto se implementaron una serie de instrumentos aplicados al estudio de 47 programas escuchados, durante 27 horas, 23 minutos y 21 segundos, que comprenden el período de 2007 a 2014, de seis emisoras comunitarias de la ciudad de Medellín. Durante este tiempo de audición, se identificaron rasgos tales como la recurrencia del género informativo, a través de formatos donde se retoma la técnica grupal para abrir paso a espacios de diálogo, como verá ampliado en las Conclusiones. La aplicación de estos instrumentos a las muestras mencionadas, tuvieron como fin identificar la manera en que se emitieron los mensajes, las transformaciones que sufrían los contenidos a lo largo del tiempo y sus orientaciones ideológicas, a partir de determinadas temáticas, coyunturas y a la fuente de recursos para la producción. En el instrumento que se presenta a continuación, se exponen elementos de cada programa escuchado, tales como la emisora a la que corresponden, la cantidad de emisiones que han salido al

aire, las emisiones escuchadas, su duración y aspectos relacionados con el sustento económico del programa.

EMISORA	PROGRAMA	TOTAL DE EMISIONES	EMISIÓN	HORAS ESCUCHADAS	SOSTENIBILIDAD
La11 Radio	-Desde mi comunidad	6	04/05/15, 11/08/14.	35:01	Sueños de Libertad
	-Participación Ciudadana	8	20/02/14, 25/08/15.	32:00	
	-No Violencia	5	03/13/12, 23/09/13.	54:59	
Contacto 10F.M	-Relatos de la 10	55	4,21,22,23,38,39,40,43,50	03:09:10	P.L. y P.P. P.P. , UdeA
	-Quien participa decide	19	2,4,5	00:32:03	
Morada estéreo	-Mucho que decir	21	12/10, 26/10,15/06,22/06,29/06,06/07,25/10	07:37:00	Alcaldía y Casa de las Estrategias  Casa de las Estrategias
	-Resistencias	42	25/05/14, 27/05/14, 22/11/13, 29/11/13  2014-05-25/, 2014-05-27, 2013-11-22, 2014-03-19, 2013-08-03.		
4Bits	-Experiencias de participación	8	1, 4,5,6,9,10,18,29	06:59:56	Alcaldía
	-Hablando a 4Bits	5			
Voces de la 8	-Vibra la 8	3	Oficios, Lectura	00:24:08	- Corporación Ciudad Comuna - P.L. y P.P.
	-Radio Libre	3	Prevención de drogas, Corenuespa.	01:07:04	

TABLA 9 Emisiones escuchadas  
Fuente elaboración propia

### Convenciones:

P.L.P.P.: Planeación Local y Presupuesto Participativo.

UdeA: Universidad de Antioquia.

Corenuespa: Corporación Educativa Nuevo Espacio.

## **CAPITULO 5:**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS**

Desde este punto se concreta la implementación del Análisis de Discurso considerando elementos tales como los tópicos abordados, el contexto en el que se inscriben, y los programas seleccionados de las emisoras estudiadas. En este sentido, surgen dos subcapítulos nombrados Tópicos-Contexto-Emisora y Análisis de Discurso, en ellos se abordaron las orientaciones ideológicas, problemáticas contextuales y actores involucrados, a partir de los cuales se desarrollaron los programas analizados, desde el análisis crítico del discurso, con el fin de develar la relación entre la producción de contenidos y la sostenibilidad en dinámicas de construcción de ciudadanía y desarrollo humano. Es decir, el estudio de las emisiones que reflejaban enfoques ideológicos, políticos, económicos y culturales, articulados a quienes disponían los recursos para la elaboración de los programas.

#### **5.1 Tópicos –Contexto-Emisora**

Concibiendo la emisora comunitaria como un proyecto político comunicativo en el que se inscriben principios y valores organizacionales, se concretan en programas y proyectos del medio. Esto, se evidencia a través de una transversalidad donde prima el reconocimiento de la otredad como principal factor en la construcción de contenidos en la parrilla de programación, siendo este aspecto fundamental para determinar cuán significativo es el medio como actor en la comunidad.

Entendiendo las dinámicas en las que se mueven las emisoras comunitarias en relación a la ciudad, se hace necesario desarrollar una aproximación en la que se visualice la correspondencia entre los tópicos, entendidos como las temáticas y sus formas de expresión, los programas y la manera en que se abordan los contenidos, articulados a un contexto y al desarrollo de coyunturas en la ciudad.

Para considerar los elementos que comprenden tanto el contexto en el que se inscribe la emisora, como los tópicos y los programas que surgieron a raíz de distintas coyunturas de la ciudad., se presenta la siguiente herramienta, en la que se presenta

una relación entre las temáticas que se deben tratar en una emisora comunitaria, el contexto y el programa/emisora, identificada por colores:

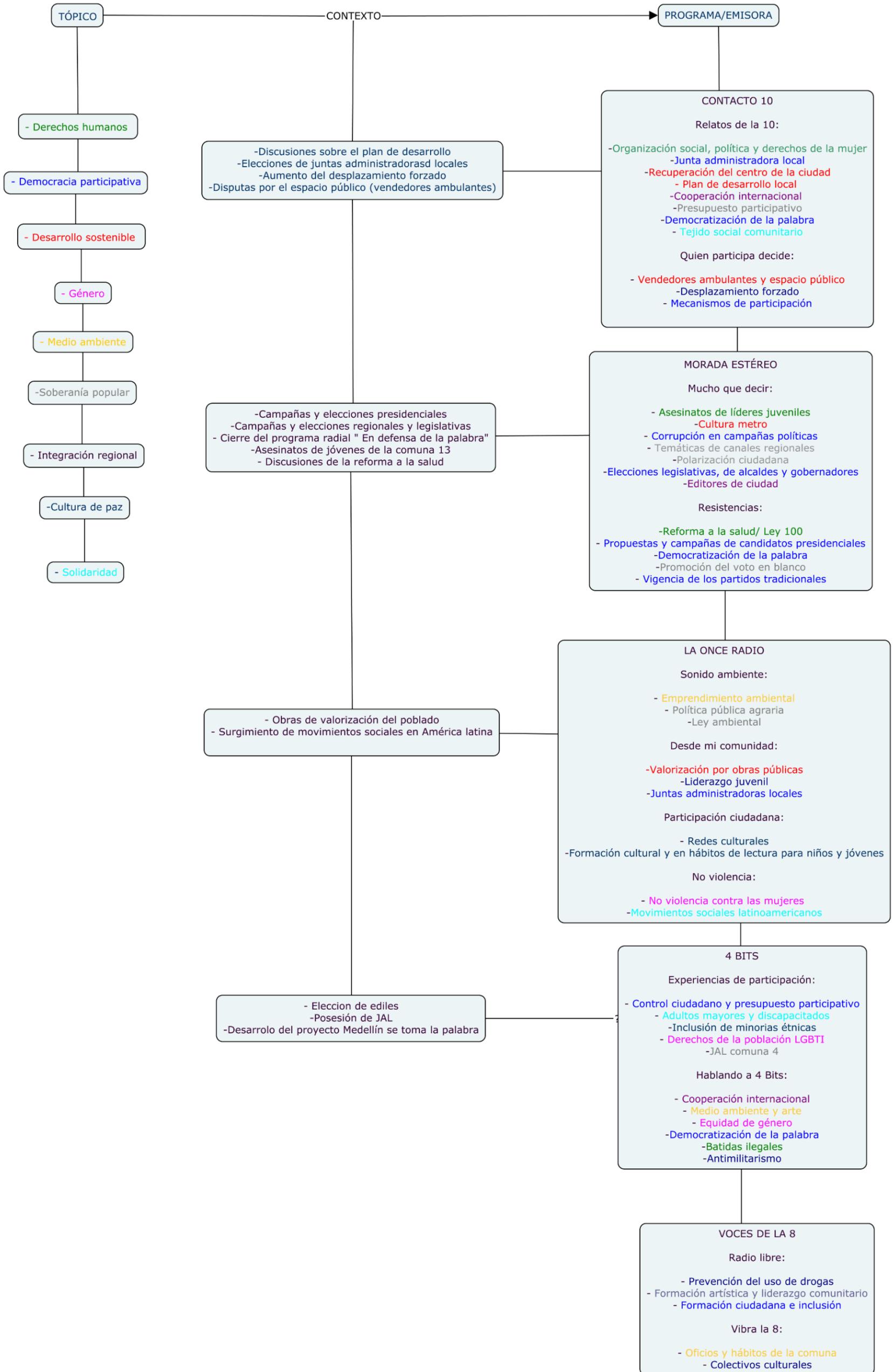


FIGURA 8 Tópico Contexto Emisora

**Convenciones**

Verde: Derechos Humanos.  
Azul rey: Democracia participativa  
Rojo: Desarrollo sostenible

Fucsia: Género.  
Amarillo: Medio ambiente.  
Gris: Soberanía popular.

Morado: Integración regional.  
Azul petróleo: Cultura de paz.  
Azul agua marina: Solidaridad.

**Contacto 10:** La mayoría de los tópicos tratados en los programas de la parrilla, se caracterizan por hacer referencia a la democracia participativa al referirse a situaciones y eventos tales como la democratización de la palabra, apropiación de los mecanismos de participación y a la labor de la Junta Administradora Local. De la misma forma, se evidencia que predomina el tópico de desarrollo sostenible, al abordar la problemática de la recuperación del centro de Medellín, al discutir acerca del Plan de Desarrollo Local y de la situación de los vendedores ambulantes y el espacio público. Este tipo de discusiones se han llevado a cabo desde géneros como el periodístico/informativo, acudiendo a formatos como reportajes, crónicas, debates y entrevistas, entre otros. Si bien las temáticas anteriores predominan, también sobresalen en la emisora los asuntos de la integración regional, género, los derechos humanos y la cultura de paz, lo cual se concreta en su parrilla por medio de contenidos relacionados con la organización social de la comuna, la cooperación internacional, el desplazamiento forzado, la construcción de tejido social comunitario y la incidencia del Presupuesto Participativo en el desarrollo del territorio.

Lo anterior se inscribe dentro de situaciones contextuales, que emergen en la comuna como reflejo de lo que sucede en la ciudad. De esta manera los programas están influenciados por coyunturas como la elección de la Junta Administradora Local, el aumento de los desplazados en la ciudad, las disputas por el espacio público entre la administración y los vendedores ambulantes y las discusiones sobre el Plan de Desarrollo Local, así como la incidencia sobre la comunidad. El tratamiento de estas circunstancias está mediado por la intervención y el respaldo de instituciones tales como la Alcaldía de Medellín (y sus secretarías), la Universidad de Antioquia, la Fundación Sumapax y el Ministerio de Cultura, llevando a que se evidencie una diferencia entre las emisiones que no cuentan con este respaldo y las que sí cuentan.

**La Once Radio:** La parrilla de La Once Radio, presenta una gran variedad de tópicos, lo cual dificulta precisar la predominancia de uno sobre los demás. Se logra identificar en algunos programas de tipo informativos, una tendencia hacia la problemática y la legislación ambiental, y hacia la presencia de actividades culturales en la comuna 11,

en la cual se ubica el medio. Así, se encuentra que se abordan asuntos como el emprendimiento ambiental, la legislación ambiental en Colombia, la política agraria en el país, las redes culturales comunales y la formación cultural en niños y jóvenes del territorio. También aparecen otros temas que no alcanzan cierta profundidad, ya que no cuenta con una periodicidad como se ha visto en otras emisoras. Estos son la valorización de zonas de la ciudad por obras públicas, el liderazgo juvenil, la violencia contra las mujeres y la formación de movimientos sociales en América Latina.

Respecto a su relación con el contexto y coyunturas propias de la ciudad, no se evidencia una respuesta directa, excepto en el programa en el que tiene voz la veeduría ciudadana surgida debido a las obras de valorización del barrio El Poblado, durante el 2015.

A partir del análisis de su parrilla y de sus programas, se puede establecer que el respaldo para el desarrollo de la labor del medio, depende en gran medida de la Corporación Sueños de libertad, y que la institucionalidad se hace presente en algunos programas, cuando se tocan temas como la legislación ambiental o la salud municipal. Los programas son en su mayoría de carácter informativo, por lo cual resulta difícil describir la posición que se asume frente a una temática específica.

**Voces de la 8:** En su parrilla se evidencia una gran variedad de temáticas, debido al poco tiempo de existencia y a la disponibilidad de sus archivos en su plataforma virtual. En cuanto a la programación, se puede observar la relevancia que se le da a la cultura de paz desde el abordaje de tópicos como la prevención del consumo de drogas, la exaltación de los colectivos culturales como alternativa a la construcción de paz y la formación artística articulada al liderazgo comunitario, a la inclusión y a la formación ciudadana. Además, se discute acerca de los oficios que han practicado los habitantes de la comuna 8, y que han caracterizado la economía de este territorio.

Respecto a la vinculación con el acontecer de las demás zonas de la ciudad, resulta difícil identificar de manera explícita la alusión en sus programas, aunque es importante mencionar que situaciones como el consumo de drogas y la movilización y organización juvenil, han sido una constante en los últimos años en Medellín, tal como

se evidencia en la Corporación ciudad comuna, a la cual pertenece esta emisora comunitaria. Esta institución y Presupuesto Participativo son los que disponen los recursos para la realización de algunos de los programas del medio. Debido a que acceder a sus archivos de audio es difícil a través de la red, no se podría determinar la influencia de los recursos sobre la posición que se asume frente a cada uno de los tópicos tratados, aunque en la entrevista su directora expresó que la volatilidad en la disponibilidad de los recursos hace difícil la emisión periódica de algunos programas y de algunas labores de este proyecto comunicativo.

**Morada estéreo:** Deja ver un predominio de tópicos como democracia participativa. Este tipo de abordajes se retoman desde temas como la democratización de la palabra, la importancia y el uso de adecuado de los mecanismos de participación y el rol de la Junta Administradora Local. En estos programas, aunque hay un predominio de la democracia, es un eje que se encuentra adherido a asuntos como la cultura de paz y la soberanía popular, que desde la promoción del voto en blanco, la polarización ciudadana o las temáticas propias de los canales regionales, evidencian un constante afán por develar aspectos que conciernen a la comunidad y que involucran el desarrollo sostenible y la integración regional.

Por otra parte, los programas analizados desde las emisiones de *Resistencias* y *Mucho que decir*, sobrepone el interés por dar a conocer el tema de los derechos humanos desde el abordaje de elementos inherentes a los mismos, desde hechos como los asesinatos de líderes juveniles o la reforma a la ley 100 (ley del sistema de salud). En esta emisora, se hace transversal el rescate de los derechos y la democracia participativa, a través de temáticas de integración, identidad, igualdad y promoción de la cultura crítica, por ello se retoman aspectos como la vigencia de partidos tradicionales, incluyendo perspectivas e información histórica, contrastes u opiniones de expertos. Para este abordaje se emplean géneros como el informativo y formatos que oscilan entre noticiero, crónica, entrevista y debate. Este último formato se hace muy usual al ser de preferencia en los temas controversiales y en cuya estructura, el moderador se convierte en un participante activo que interviene.

**4 BITS:** Si bien en esta emisora se da de manera predominante la presentación de tópicos como la democracia participativa, el desarrollo sostenible, los derechos humanos, el medio ambiente o la integración regional, así como la cultura de paz enmarcados desde ámbitos axiológicos que resaltan la solidaridad o la identidad, los programas analizados evidencian la integración de estas temáticas desde programas que aluden al medio ambiente y el arte, la inclusión de minorías étnicas, el control ciudadano y el presupuesto participativo o la equidad de género. Para llevar a cabo estos programas, la emisora resalta el formato de la entrevista, con una delimitación estructurada y en su mesa de trabajo atiende a versiones de invitados generalmente de organismos como la Alcaldía u otros entes estatales, inscritos dentro de eventos como la elección de ediles de la comuna 4, la posterior posesión de la Junta Administradora Local y la ejecución del proyecto Medellín se toma la palabra. Los recursos con los que cuenta la emisora, provienen de la Alcaldía de Medellín y sus secretarías, lo cual denota una posición parcializada al contrastarse con el formato de entrevista en el que a menudo los invitados pertenecen a la administración pública.

## **5.2 Análisis de discurso**

Partiendo de la metodología implementada en el presente estudio, se ha aplicado en algunos programas y transmisiones de las emisoras seleccionadas, un análisis crítico del discurso, que apunta a develar su contribución a la construcción de ciudadanía, desde la gestión y producción de contenidos, e igualmente su vinculación con instituciones gubernamentales y privadas, en el marco de la sostenibilidad de su proyecto comunicativo.

Los instrumentos diseñados y adaptados, en el marco de la metodología escogida, se aplicaron a un total de 47 emisiones de 11 programas, en 5 emisoras comunitarias de la ciudad de Medellín. Lo que se traduce en 27:23:21 horas escuchadas. (Para entrar en más detalles ver Anexo 11.Tabla de análisis inicial)

## **Emisora: Contacto10.fm:**



La emisora contacto 10, ubicada en el barrio San Diego de la ciudad de Medellín se caracteriza por orientarse hacia un público de comunidades vulnerables, lo cual evidencia una articulación con la fundación SUMAPAX a la cual pertenece. Se ha consolidado como un medio fundamental dentro de la plataforma de comunicaciones de la comuna10.

### **Serie: Relatos de la 10**

La intencionalidad de esta serie radial, es retomar los testimonios, experiencias y puntos de vista de los habitantes de la comuna para aportar a la construcción y consolidación de la memoria histórica, el tejido social y la transformación ciudadana a través de 65 capítulos del programa. También se debe decir que la serie radial se emite gracias a los aportes financieros de Planeación Local y Presupuesto Participativo de la Alcaldía de Medellín, para la Plataforma de comunicaciones de la comuna 10, lo cual será un aspecto a tomar en cuenta a lo largo del análisis, como se expresa en el cabezote de cada una de sus emisiones.

De los 10 capítulos escogidos, tomando en cuenta aspectos relacionados con la sostenibilidad y la construcción de ciudadanía, se identificaron una serie de fragmentos en los diálogos que se vinculan directamente con estos dos elementos mencionados, los cuales se pueden verificar en las tablas de síntesis inicial, elaboradas por las investigadoras (Para ampliar Ver Anexo 8 Tabla de síntesis inicial). Así se evidencia la participación de una serie de miembros de la comuna de diversos oficios, sectores,

instituciones estatales y no gubernamentales, lo cual indica la importancia de brindarle protagonismo a los ciudadanos y la diversidad que poseen, permitiendo que la emisora y su discurso se conviertan en organismos vivos que movilizan. En uno de los segmentos del programa 38, se afirma:

Invitado-“Si estamos unidos como radios, podemos crear un tejido social comunitario y podemos adquirir un poder...siendo solidarios somos fuertes y somos uno... Los medios de comunicación alternativos tenemos que generar movilización para exigir nuestros derechos”... (Emisión 38)

De este modo, el invitado implementa estrategias de persuasión tanto hacia los medios comunitarios de la ciudad, como a los ciudadanos para que se involucren en ellos, buscando legitimar su labor y darle mayor visibilidad a sus actividades; a esto se suma el uso de adjetivos, aludiendo al fundamento axiológico que desde el deber ser, representan los medios comunitarios, promulgado incluso desde la legislación. Al referirse al estar unidos como radios, se alimenta el personaje de la radio comunitaria como vocera de sectores que buscan visibilizarse y cambiar su realidad y aluden al pronombre que indica primera persona plural, que a su vez es el garante de respaldo, la unión que se convierte en recurso literario y se expresa mediante una paradoja “somos uno”.

En la siguiente organización sintáctica de la oración del cabezote, Locutor - *Relatos de la 10 es un espacio radial creado gracias a los aportes del programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo de la Alcaldía de Medellín, para la Plataforma de Comunicaciones de la Comuna 10-* (cabezote), se ubica el espacio y los recursos con los que cuenta al inicio, para después nombrar al sector beneficiado, priorizando y brindando protagonismo a la Alcaldía o vinculación institucional. Se incluye un collage de voces y se nota un afán por enfatizar en las particularidades del barrio, con descripciones topográficas de calles emblemáticas de los barrios, a través de frases como *-este barrio tiene unas calles muy amplias-*; estos recursos aluden a la prosopografía y contrastan con piezas musicales de fondo como tangos y fragmentos

de la canción *Me llaman calle* de Manu Chao. El cabezote además incluye la frase - *hilando historias, bordando esperanzas*-, haciendo alusión a oficios como bordar o coser, los cuales hacen parte del lenguaje de abuelas, de momentos que posibilitan reuniones y charlas.

En la estructura de la oración -*Un programa que te invita a reconstruir nuestra comuna 10 a través de las voces de todos y todas*-, encabeza el sustantivo, por lo cual el programa se convierte en quien invita, es decir, hay uso de la personificación en tanto es el programa quien realiza una acción y es aquella la que desencadena una labor positiva que involucra a los miembros, hombres y mujeres, denotando inclusión.

No sólo importa que nos oigan, sino tener un rostro, y ese rostro tiene un nombre y tiene una historia...Es importante tener encuentros a través de nuestro cuerpo...eso nos hace comunicadores más sensibles...Para ser un medio realmente comunitario uno debe estar muy cercano a la gente uno de lejos no puede hacer las cosas (Invitado, emisión 39)

La presencia de ediles, vendedores ambulantes, representantes de colectivos de mujeres, secretarías de la alcaldía, víctimas de desplazamiento forzado y comunicadores, permite que se construya tejido social al buscar reivindicarse la labor de la administración municipal, en tanto apoya a los medios comunitarios y el presupuesto participativo, y expone las críticas hacia la misma y la dificultad que tiene la comunicación comunitaria para sostener los procesos iniciados. Esto se evidencia en fragmentos que entran en confrontación tales como:

Los medios comunitarios han logrado articular trabajos con instituciones gubernamentales como la Alcaldía de Medellín, con la iniciativa del PP

A partir de la creación de planeación local y PP, se ha permitido fortalecer los procesos de comunicación en las diferentes comunas y corregimientos de Medellín

Con los medios alternativos queremos que la gente construya desde la realidad, con una mentalidad colectivista

A pesar que es muy difícil conseguir recurso, hemos trabajado con las uñas, poco a poco nos ha llegado el recurso y nos hemos sostenido. (Invitado, emisión 23)

Dichos fragmentos buscan resaltar los logros que han alcanzado los medios comunitarios, que pese a las condiciones, se apoya con un recurso literario como la hipérbole “con las uñas” en contextos de escasos recursos, que si bien se han logrado canalizar desde el Presupuesto Participativo, no han sido suficientes, ya sea por la cantidad disponible o por la manera como se gestionan desde las comisiones barriales de las comunas.

Invitado-Todavía se ve el interés individual el yo te doy yo te colaboro- (emisión 23)

El orden en la oración que hace referencia a la planeación local y al Presupuesto Participativo, denota su protagonismo dentro de los procesos de comunicación comunitaria, otorgándole, además, cierta legitimidad. Esto se evidencia de nuevo en el capítulo 23 al afirmar que es en la administración de Sergio Fajardo, donde se dan las bases para un sistema municipal de planeación y participación, con un acuerdo que regula que el 5% del presupuesto municipal, lo gestione la comunidad.

A esta situación se le hace contrapeso desde la participación de organizaciones vinculadas por procesos de cooperación internacional, encaminados a financiar macroproyectos que lleven a visibilizar y organizar a la comunidad.

La primera articulación se hace con el plan de desarrollo municipal, ahí nos enmarcamos y ahí nos visibilizamos, teniendo en cuenta macroproyectos... El presupuesto participativo no alcanza para ejecutar el 100% del plan,... lo que falta es vender nuestro plan, el comité busca una organización de cooperación internacional para financiar nuestros proyectos. (Invitado, emisión 23)

Para el caso del discurso radiofónico del programa *La organización social y política, un derecho de las mujeres*, capítulo 4, su objetivo es promover el protagonismo de las organizaciones de mujeres en la ciudad, a partir de las necesidades contextuales que han permitido que estas existan. Este es el ítem que le otorga la particularidad a este programa, dentro de la serie, al resaltar el rol de las mujeres dentro de la construcción de ciudadanía desde la comuna 10, considerando que se han clasificado como un sector vulnerable de la población, a pesar de contar con una experiencia histórica de movilización en torno a sus derechos y legítima desde la ley, al declarar que es un derecho.

Para mencionar el tema, la locutora indica que es de su preferencia, así como de su compañero de cabina, lo cual refuerza el interés que debe tener el público por él, tanto mujeres como hombres, y hace una evaluación subjetiva positiva de él.

Respecto a las afirmaciones presentes en el discurso, los locutores se valen de una línea del tiempo para explicar la historia del movimiento femenino en el mundo, llevando al destinatario a asumir la veracidad de los datos expuestos, al notar que la información se apoya en fechas, nombres y hechos de dominio público, que además se pueden evidenciar en la cotidianidad de las mujeres de los barrios de la comuna, acudiendo a argumentos emotivos y lógicos.

Para reforzar lo anterior, los presentadores respaldan la información apoyándose en afirmaciones de Jesús Martín Barbero, como –“Esos tercos hechos que suceden en América Latina, hacen visible y legítimo el trabajo que hacen estas organizaciones-”, dándole importancia al mensaje que se pretende transmitir, y generando en el destinatario la necesidad de escucharlo, gracias a la influencia que ejerce un argumento de autoridad como éste.

La veracidad se refuerza con el uso de fragmentos musicales que con su letra hacen alusión a la situación de las mujeres, con la opinión de dos locutoras que conducen el programa junto a un hombre, y de cierto modo validan la necesidad de discutir sobre

este tema, y finalmente con la directiva Marta Zapata de la Organización Vamos Mujer presente en el departamento, la cual trabaja con mujeres de sectores populares, en búsqueda de su autonomía y una vida digna, mediante la educación y el trabajo en red. Invitada –“Se decide que sea una organización de mujeres y para mujeres por ser una población de alto riesgo-“ (Emisión Estrategia de participación social y política de la Secretaría de las Mujeres).

A lo largo de la emisión, se identifican saltos entre la labor en el pasado de las mujeres para construir memoria y ciudad, y el deber ser del discurso presente con miras a tener impactos trascendentales a futuro, esto se evidencia a través de preguntas por parte de los locutores a la invitada a modo de invitación para que explique cómo debería de ser el discurso respecto a la participación de las mujeres en la ciudad, ya que se califica como *machista y agresivo*, y [que por lo tanto se debe] *trabajar para la no repetición del discurso y los actos aparentemente normales*. Además, las preguntas y las afirmaciones permiten posicionar a la organización como elemento fundamental para este tipo de movilización. Por ejemplo la afirmación que hace la directora de dicha organización frente a su papel respecto a la violencia contra la mujer Invitada “-yo creo que algo que ayuda a contrarrestar estos entornos violentos, pues ayuda de alguna manera desde lo organizativo y desde la reivindicación de los derechos de las mujeres y de la población”. (Emisión Estrategia de participación social y política de la Secretaría de las Mujeres)- En la ampliación de la temática abordada, se hace especial entonación en palabras como *mujer, su capacidad, adquisición, autonomía, autoestima*, buscando generar eco en estos conceptos, vinculados con los fines de la emisora.

Igualmente se hace un llamado al público para que se involucren en la organización de la comuna, Invitada “-este es un llamado a la transformación de la comuna 10 desde la colectividad desde el reconocimiento de los derechos de las mujeres y de los diferentes roles que ellas ocupan-” (Emisión Estrategia de participación social y política de la Secretaría de las Mujeres), y señala cómo la emisora ha sido la encargada de liderar procesos de generación de conciencia y construcción. Esto se podría clasificar como

un modo de apelación al público, en este caso mujeres, desde estrategias expresivas y de persuasión que se superponen desde el enunciador.

A partir del capítulo 39 hasta el capítulo 50 de la serie, no se evidencian menciones explícitas a la Alcaldía o a alguna de sus secretarías, si no que se destaca un apoyo en todos los programas restantes de piezas de la organización latinoamericana Radialistas apasionados y apasionadas, la cual trabaja desde la cooperación y el trabajo en red entre las emisoras comunitarias de la región. Estas piezas al usar un lenguaje de tipo incluyente, testimonios de habitantes de la comuna víctimas del conflicto armado y referentes espaciales reconocidos por todos, permiten posicionar a la emisora desde su función mediadora y simbólica, estableciendo, además, vínculos de fraternidad y solidaridad, que se promueven gracias a la musicalidad de los discursos.

A partir del capítulo 41 se presenta un cambio en el cabezote de presentación de los capítulos de la serie, por lo que el inicial es reemplazado por el siguiente:

Locutor-Apoyo parcial de dineros públicos priorizados por los habitantes de la comuna 10 la candelaria en el marco de la ejecución de planeación local y presupuesto participativo-

En este nuevo cabezote, se evidencia el rol protagónico de los sujetos sociales al afirmar que el presupuesto participativo y la planeación local están bajo la administración y veeduría de los ciudadanos, quienes conocen las prioridades del territorio. De la palabra *parcial*, también se podría inferir que existen otras organizaciones contribuyentes para la realización y la sostenibilidad de los programas. Dentro de estas, la Fundación Sumapax, a la cual está vinculada la emisora, como se constata en las fichas de identificación de las emisoras estudiadas.

El hilo discursivo de esta Revista Radial, se caracteriza por su fluidez y preparación, buena calidad del sonido y edición de los contenidos, lo cual además lleva a pensar que existe una planeación previa, manifestada en un guión y diálogo entre los conductores e invitados. Como lo expresó la directora Lisbeth Montoya en la entrevista,

la emisora está orientada hacia el empoderamiento de la población de la comuna 10, sobre todo hacia uno de los sectores más vulnerables, las mujeres del sector, frente a la defensa de sus derechos, su formación sociopolítica y su independencia y autonomía. Esto transversalizó los diálogos de los programas, lo cual demuestra coherencia entre su plataforma estratégica (misión, visión) y los discursos que emiten.

### **Serie: Quien participa decide**

Esta producción es fruto del Diplomado de Formación Política Constitucional, una actividad realizada por la Universidad de Antioquia y producida radialmente por la Fundación SUMAPAX, Colectivo de Comunicación Comunitaria, gracias al presupuesto participativo de la Comuna 10 Candelaria-Centro, coordinado por la Secretaría de Participación Ciudadana de la Alcaldía de Medellín. La serie está compuesta por 19 episodios distribuidos en tres partes. La primera parte llamada *Cultura política y constitución*, la segunda *Quieres decidir, tienes que elegir*, y la tercera *Fiesta Electoral*.

Cabezote: Qué inseguridad, respeten nuestros derechos, quién recoge las basuras, esas calles están muy malas, los impuestos están muy altos. Serie radial Quien participa decide

En el cabezote cuyas funciones lingüísticas predominan la función emotiva y la apelativa, las cuales dentro del análisis del discurso, son propósitos que prevalecen, en este caso la emotiva y apelativa recurren a los sentimientos y buscan una respuesta por parte de los interlocutores y se orientan a manifestar un yo íntimo del emisor, que se siente insatisfecho con la seguridad, los servicios y demás aspectos que debe garantizar el Estado, se evidencia un carácter contestatario buscando presentar los contenidos desde la denuncia, lo cual le permite a la emisora posicionarse como un instrumento de defensa de los derechos en, y para la comunidad de la comuna 10. Después de señalar todas estas problemáticas presentes en el territorio, en un collage de voces con tonos de reclamo y buscando responsables ante estas situaciones; el cabezote finaliza con una voz masculina presentando la serie radial *Quien participa*

*decide*, dando a entender que en la participación de la ciudadanía, se encuentra la solución a las dificultades de la comuna.

A lo largo de los programas escuchados, se nota una reivindicación al papel de la administración municipal desde sus acciones, relacionadas con el espacio público y los vendedores ambulantes, las políticas públicas y la posibilidad de participar en procesos de contratación.

Invitada -La alcaldía tiene políticas públicas que han sido gestadas desde las comunas, como concursos, uno puede participar de la contratación- (emisión 5)

Por ejemplo para el caso del capítulo dos, sobre espacio público y vendedores ambulantes, se cuenta con el testimonio de un vendedor ambulante quien afirma que los miembros de espacio público son respetuosos mientras los groseros son los vendedores, lo cual pone como responsables a los mismos vendedores y se refuerza con la intervención de una mujer que ha trabajado como vendedora ambulante y previamente con la secretaría de salud durante la administración del ex alcalde Alonso Salazar, quien da testimonio de cómo pasó de ser habitante de calle a ser vendedora ambulante.

Los locutores expresan que se sienten conmovidos por este testimonio, ya que la posicionan como líder en la comuna y afirman que se sabe que es una preocupación de la actual administración (Aníbal Gaviria) y que se debe proceder como lo ha venido haciendo.

Invitada “-La administración municipal debe seguir pensando, porque sabemos que es su preocupación, cómo organizar, cómo optimizar el derecho al trabajo-“ (emisión 2)

Al usar el pronombre plural en primera persona *nosotros*, implica que está hablando en nombre de los vendedores ambulantes y de los habitantes de la comuna, sin haberse propiciado un diálogo con aquellos otros vendedores que se califican como groseros ante las acciones de espacio público. Hay una presencia implícita de la administración municipal en este diálogo en los discursos de los invitados.

Además se evidencia en la emisión dos, una entrevista a un vendedor ambulante, a partir de preguntas que sugieren ciertas circunstancias o respuestas, que se supone están en manos de los invitados y no de las sugerencias que presenten los conductores, así aparecen preguntas como:

Locutora: *¿Usted participa en alguno de los proyectos de la Alcaldía?*

Vendedor: *No, porque no he tenido la necesidad y evitando todas esas vueltas que hay que hacer allá.*

Locutora: *Los proyectos siempre los ponen a llevar mucha papelería?*

Vendedor: *Sí, siempre*

Más adelante:

*-¿Los problemas casi siempre radican en los vendedores?- (emisión 2)*

Al preguntar por las problemáticas que se presentan entre espacio público y los vendedores ambulantes.

En otros episodios, se evidencia el apoyo en dramatizados, con voces de la comunidad, narrando situaciones cotidianas relacionadas con la participación ciudadana, la paz y la sana convivencia, el ejercicio del derecho al voto o el decidir por quién hacerlo. En este sentido, define qué es la participación ciudadana y qué mecanismos usar, además de los contenidos en la Constitución Política.

Invitada-Es cómo me involucro yo en los procesos de ciudad que se estén gestando...cómo me acerco yo a los diferentes espacios... tener un mínimo conocimiento de lo que pasa en mi entorno va más allá de votar... Hablamos de participación ciudadana como al empoderamiento que hacen los ciudadanos de sus derechos y sus deberes en búsqueda de un bien común, la comunidad se hace presente a través de los mecanismos de la Constitución Política para construir un tejido social- (emisión 5)

Este fragmento está directamente vinculado con el título de la serie *Quien participa decide*, buscando persuadir a la comunidad para que se involucre en las dinámicas ciudadanas de participación, desde la consciencia de lo que se requiere y cómo se puede obtener para el bien de las mayorías. Dentro del proceso de construcción de ciudadanía, la presencia repetida de las palabras derechos, empoderamiento, ciudadano y tejido social, implica que se le da relevancia a una nueva ciudadanía que se configura como responsables primarios de la transformación sociopolítica y cultural y se reivindican los mecanismos que consagran la Carta Política de 1991.

En el episodio 5, se percibe un intento de proponer modos alternativos de participación desde el título *Participación Ciudadana: más allá de los mecanismos de participación*, sin embargo lo que se escucha en el diálogo con la abogada invitada es el llamado a participar de los procesos de contratación generados por las políticas públicas de la Alcaldía, lo que resulta contradictorio si se considera la labor y la misión y visión que tiene la emisora, la Fundación Sumapax, con la que están vinculadas, o los diversos colectivos de medios y culturales de la comuna, que se constituyen como mecanismos alternativos de participación, pues consolidan procesos de organización y movilización social.

Un poco más cercano a esta intencionalidad, se encuentra el discurso del capítulo cuatro *La No violencia: Opción de vida por la paz y la convivencia*, en el cual se resalta la importancia de la comunicación comunitaria por parte del periodista entrevistado

Juan Mosquera: -Un acto de no violencia es la resistencia que hace la fundación Sumapax... resistencia civil es hablar a través de una radio comunitaria, es una apuesta que tiene todas las de ganar, porque somos una sociedad poblada de agentes diversos.(emisión 4)-

Con esta afirmación, se presenta a la emisora y a la fundación como opciones de resistencia que en el marco del desconocimiento de los derechos de los ciudadanos, de las lógicas mercantiles y de medios masivos comerciales, le dan voz a los diversos sectores de la comunidad. Este programa hace uso de estrategias de posicionamiento

de la Fundación y por ende de la emisora en la sociedad civil, desde la exaltación del marco axiológico en el que se encierran los procesos comunicativos de Contacto 10, en la comuna 10 ; además, se demuestra que los intereses bajo los que se vislumbra la fundación se reflejan la mayoría de las ocasiones en los programas emitidos, aunque a veces se desdibujan al reconocer a las instituciones estatales por encima de sus acciones.

Como cierre de los episodios se escucha el siguiente fragmento:

Locutor-Una serie radial dentro del plan de formación política de la comuna 10, gracias a la Alcaldía de Medellín, Secretaría de participación ciudadana, con recursos del presupuesto participativo ejecutado por la Universidad de Antioquia.

La prioridad que se le da a la alcaldía, pone de manifiesto una formación política ciudadana mediada por la administración municipal, desconociendo la labor de la Fundación Sumapax y la emisora Contacto 10 como centro de formación política en la comuna, sin vinculación directa con la alcaldía.

A lo largo del hilo discursivo de la serie radial, en ocasiones se nota cierta incongruencia entre el cabezote contestatario que presenta los contenidos de cada episodio y la ausencia de intervenciones por parte de la comunidad, que cuestione a instancias gubernamentales o a líderes de la misma comuna, ante las diferentes problemáticas expuestas en el intro, relacionadas con el aseo de las calles, el costo de los impuestos o el respeto por los derechos de los ciudadanos.

En el aspecto de la sostenibilidad se debe resaltar la calidad en la edición y los guiones de los programas, así como la disponibilidad de los contenidos y la actualización constante de sus canales de comunicación (redes sociales, sitio web, archivos de audio de sus programas), ello permite lograr un posicionamiento sólido en la comuna y en la ciudad como medio comunitario y como centro de formación ciudadana.

## Emisora Voces de la 8:



Voces de la 8, es una emisora virtual que funciona con el apoyo de la Corporación Ciudad Comuna, a partir de la plataforma Sound Cloud, en la que cargan sus programas. Si bien el enlace en el sitio web lleva a dicha plataforma, se debe aclarar que no se pudo acceder a muchos de los contenidos anunciados en su página, debido a que sólo se encontraban disponibles algunos episodios de las series radiales, y estos pocos fueron retirados en diciembre de 2015.

### **Serie: Vibra la 8**

Cabezote:

Magazín radial incluyente que pretende acercar y generar un espacio democrático, diverso y de participación ciudadana donde se puedan expresar y conocer todas las tendencias actuales enfocado a la comunidad y sus necesidades.

El cabezote de este magazín, denota la importancia de la inclusión y de la presencia de todas las voces, abriendo un espacio de libre expresión y que al tiempo genere vínculos entre los habitantes de la comunidad, aspecto fundamental en la construcción de ciudadanía, para ello se vale de la adjetivación del magazín, indicando una posición de la que todos pueden hacer parte y adquirir voz. Además beneficia a sus oyentes, convirtiéndose en un medio que escucha, que se involucra y que se centra en ellos como protagonistas de la dinámica de la emisora.

En el episodio que se retomó llamado *Oficios*, se hace un recuento de los oficios que predominan en la comuna retomando testimonios de sus habitantes sobre el trabajo

colectivo que se ha venido desarrollando en el territorio en relación a actividades culturales y artísticas.

Invitado-“En la comuna hemos llevado a cabo talleres de pintura, graffitti y fotografía, para rescatar los espacios de la 8-“ (emisión Oficios).

En el discurso del programa se evidencia la presencia de distintas voces de miembros de la comuna, las cuales se ven opacadas en ocasiones por la monotonía de la pieza musical que acompaña al programa durante los casi 25 minutos de duración, la cual no está relacionada con el contenido, sino que es una pieza del género musical electrónica que se repite durante todo el episodio. Así mismo, se presentan silencios entre las intervenciones lo cual afecta la fluidez de la conversación y genera dudas frente a la preparación del guión.

No se evidencia mención explícita durante la conversación, el cabezote o el final del programa, por lo cual se puede inferir que la serie se realiza gracias a los recursos dispuestos por la Corporación Ciudad Comuna, a la cual pertenece la emisora.

### **Serie: Radio Libre**

Cabezote: Espacio para la libre divulgación de contenidos y para compartir experiencias de otros colectivos comunicativos, artísticos, sociales y culturales de la comunidad.

Desde las tres etapas retomadas para la construcción de ciudadanía, explicadas en el marco conceptual, se evidencia en esta presentación del espacio radial la intención de fortalecer la ciudadanía a partir de la promoción de espacios alternativos a los mecanismos constitucionales, apuntando así a lo que se define como Nueva Ciudadanía, orientada desde el trabajo colectivo y cultural de las comunidades.

A diferencia de la serie anterior, en algunos de los episodios de esta, sí se hace mención explícita a la administración municipal, dependencias y organizaciones sin ánimo de lucro que actúan como operadoras de proyectos impulsados por la alcaldía

(Aníbal Gaviria). Por ejemplo para el caso del capítulo *Prevención de drogas*, el locutor hace una presentación del proyecto que se viene desarrollando en uno de los barrios de la comuna y las herramientas que posee para lograr impactar a la comunidad con esta iniciativa:

Locutor-En esta oportunidad se toma la palabra el Proyecto de Prevención y Mitigación de Drogas liderado por la Corporación Surgir, quien actúa desde el barrio El Pinal en la Comuna 8 de Medellín, por el derecho a la inclusión social. Estrategias como la red operativa del centro de escucha y la zona de orientación escolar serán el punto de partida para este diálogo. (emisión Prevención de drogas)

Al expresar que es el proyecto el que se tomará la palabra, se puede inferir que son sus miembros los que se empoderan para contarle a la comunidad lo que se lleva a cabo y que trasciende de una entrevista o una reseña, resaltando además, su trabajo en red y la relevancia que le da al sector educativo dentro del procesos de prevención y mitigación de la drogadicción. El proyecto se enmarca Locutor- en la lógica de la inclusión, mitigación, de garantía de derechos, promoción de nuevas posibilidades, con el apoyo de la oferta institucional promovida desde Surgir. – (emisión Prevención de drogas)

En el diálogo participan miembros de la Secretaría de salud, la Corporación Surgir, personas en situación de consumo y habitantes del barrio El Pinal, lugar en el que se ha desarrollado el proyecto, de este modo, se pueden conocer los distintos puntos de vista y el impacto del proyecto desde la perspectiva de quienes han participado de sus estrategias.

Invitado “A una persona en situación de consumo lo primero que hay que restituirle son las redes: familia, salud, documentación. Empezamos a capacitar a la gente sobre derechos, consumo, redes, empezamos por los recicladores”. (emisión Prevención de drogas)

A lo largo del programa se enfatiza en la necesidad de la reinserción de las personas en situación de consumo a la sociedad, dejando a un lado las expresiones y actitudes despectivas que se presentan hacia este tipo de personas. Tanto los miembros de la Secretaría de Salud como de la Corporación Surgir, a lo largo de su discurso, buscan cuestionar a los oyentes frente a lo que harían si estuvieran en estas circunstancias, desde la emotividad y la reflexión, pues se señala que los consumidores no son los únicos que deben participar del proyecto sino que deben ser todos los habitantes del barrio, pues es una problemática de salud pública que compete a todos.

En distintos capítulos se busca con frecuencia presentar las iniciativas que se están llevando a cabo, desde la evaluación e impacto que ha tenido en la comunidad. Tal es el caso del episodio *Corenuespa*: Locutor “El proceso de formación artística de la Comuna 8 (Villahermosa), visto desde diferentes perspectivas, aspectos como el impacto en el territorio y la orientación metodológica del proceso son claves para esta conversación”- (emisión Corenuespa).

En el capítulo se hace afirma que la financiación del proyecto se hace a través de la Secretaría de Cultura, planeación local y presupuesto participativo, y que es operado por la Corporación Educativa Nuevo Espacio (Corenuespa), y que su objetivo es la construcción de tejido social desde el arte y el liderazgo comunitario. Invitado “-*La idea es formar como artistas y como ciudadanos. Aprender a compartir con los compañeros, a resolver conflictos-*”. De este modo, se apunta a la consolidación de una esfera pública como centro del desarrollo de las potencialidades individuales y colectivas, en este caso desde el arte en conexión con el ejercicio de la ciudadanía.

El discurso de los representantes de Corenuespa se caracteriza por una constante afirmación en el respeto y el reconocimiento del otro en medio de las diferencias y así lo corroboraron los niños invitados, que han sido partícipes de las estrategias del proyecto. La presencia de la administración municipal, los operadores y los beneficiaros, permite que en la conversación se evidencie una dinámica de validación del proyecto y de posicionamiento y legitimación en la formación comunitaria.

La conversación se opaca por el fondo musical que se repite durante todo el capítulo, cuyo ritmo se torna monótono y no se relaciona con el mensaje global que se quiere transmitir. La entonación del conductor del programa, los silencios entre las intervenciones y la redundancia en los argumentos, le restan fluidez y dinamismo al programa.

Dicha situación, también se presenta en la emisión, de esta misma serie, sobre lectura. Cabezote: La estrategia de prevención y animación a la lectura y la escritura de la Comuna 8 de Medellín, decide compartir con los radioescuchas los gustos, autores, rondas y lecturas favoritas que alimentan la literatura universal y además nos hablan de la importancia del hábito de la lectura dado en la infancia valorado como fuente enriquecedora del ser, Inquietudes y reflexiones en torno a la palabra.

Este espacio, se realiza gracias a la Secretaría de participación ciudadana de la alcaldía, y a planeación local y presupuesto participativo de la comuna 8.

Este tipo de vinculación entre la promoción de lectura, la administración municipal y la emisora Voces de la 8, demuestra el interés como medio comunitario por involucrar a la comunidad en procesos culturales y educativos que le permitan apropiarse de sus derechos y de los recursos con los que cuentan, desde la movilización y organización social.

En este diálogo, interviene una mujer adulta y un joven que desde sus experiencias extienden la invitación a los oyentes de la comuna 8, para que adquieran el hábito de la lectura y lo multipliquen desde la infancia. Aunque se está haciendo un llamado, la entonación de los locutores no permite una vinculación o motivación por parte de los oyentes, pues no se percibe entusiasmo o fuerza en las palabras con las que se expresan, sin embargo sí es evidente el dominio del tema al referirse a distintas obras literarias y al proceso de lectura. Se identifican falencias similares a las de los capítulos anteriores, en lo referido a silencios en la conversación, y el uso de piezas musicales.

El hilo discursivo de los programas escuchados de la emisora Voces de la 8, demuestran un claro punto de encuentro entre la plataforma estratégica de la Corporación Ciudad Comuna, a la cual pertenece y dispone recursos como equipos, dinero y personas, y el mensaje global que se emite en los programas. Tal como lo busca la corporación, se le da relevancia y protagonismo a los ciudadanos y a sus colectivos y expresiones culturales y políticas, sin poner por encima de ellos a la administración municipal y a sus dependencias, identificado en el orden en el que se presentan los invitados, en los cabezotes y en la cabida que se les da en las conversaciones.

En el aspecto de la sostenibilidad, se debe decir que no se cuenta con una actualización y seguimiento a la plataforma de Sound Cloud, ni al sitio web de la emisora y de la Corporación, lo que acarrea la fragmentación de procesos de posicionamiento entre los oyentes como centro de comunicación y organización. A esto se suma, la no disponibilidad de los contenidos para que puedan ser escuchados en cualquier momento y lugar, lo cual se constituiría en una ventaja respecto a las emisoras que cuentan con frecuencia en el dial, y la calidad de algunos guiones, si los hay, y de la edición de las distintas emisiones.

### **Emisora La Once Radio:**



Esta emisora se encuentra ubicada actualmente en el barrio el Velódromo, luego de haber permanecido muchos años en el barrio La floresta. Su contenido se dirige

mayormente a los adultos mayores, sin excluir a los demás públicos y su gestión se realiza gracias a la corporación sueños de libertad.

### **Serie: Desde mi comunidad**

Serie radial conformada por ocho capítulos, en la que se retoman distintas problemáticas y características tanto de la comuna once, como de otras comunas, permitiendo el diálogo comunitario y puntos de encuentro en situaciones que resultan no ser exclusivas de la comuna once, sino que permean todas las comunas de la ciudad de Medellín.

#### **Cabezote:**

Es el momento de acercarse a la comunidad, un espacio creado por la Once Radio donde tú y tu organización son los protagonistas.

En el cabezote, se identifica la relevancia que se le brinda a la comunidad y a las organizaciones desde la función apelativa que la incorporan, presentándose como un espacio de interacción entre las iniciativas que se están llevando a cabo y los demás habitantes que desconocen estas dinámicas y que se podrían sumar a ellas. Así, se hace una invitación directa a los ciudadanos para que se involucren en los asuntos de la comunidad, y se le da protagonismo a la labor que la emisora está realizando.

Para el caso del episodio *El líder de la juventud*, se conversa con un edil de la comuna, quien orienta sus propuestas hacia el apoyo a los grupos juveniles de la comuna, con el objetivo de que participen y se formen como ciudadanos, al tiempo que se alejen de problemáticas como el alcoholismo en la juventud. En este sentido define su función de la siguiente manera:

-Un edil es responsable ante la comunidad, nosotros como ediles tenemos como función que todo esté marchando bien, que el presupuesto no sea malgastado;

debemos buscar soluciones y escuchar a la comunidad. El no escuchar es el problema de los líderes hoy en día.- (invitado, emisión el líder de la juventud)

Respecto a las afirmaciones del edil sobre el deber ser de la función de un edil y la problemática de los líderes contemporáneos, se interpreta como una estrategia de legitimación de su rol ante los oyentes, al apelar a su experiencia de vida como fundamento para decir que su perspectiva y manera de escuchar e interactuar con la comunidad lo convierten en un buen líder. Invitado “- Para llegar a donde estoy se necesita un carisma y el don del servicio.-“(emisión el líder de la juventud)

Ante este argumento, el conductor del programa presenta su opinión reafirmando la posición del edil: Locutor -“es muy importante porque ahora se está perdiendo, ahora lo que le pase al prójimo no nos importa nada. Es un valor que se ha perdido mucho en la comunidad, porque la gente oye mucho pero no se escucha-“. (Emisión el líder de la juventud)

Frente a las expresiones del locutor, que concuerdan con las del edil, se constituyen en juicios de valor ante la actitud que asumen los ciudadanos frente a los demás, que si bien puede que esté orientado a hacer un llamado y una reflexión para que se construyan relaciones de fraternidad, también desvirtúa la labor de grupos juveniles, colectivos y de la misma emisora, la cual desde su vocación de servicio decide convertirse en un espacio de expresión, encuentro y formación para los ciudadanos.

Para otro de los episodios, se logró notar el propósito de variar el formato tradicional y habitual del programa, al evidenciar en momentos que el diálogo se torna dinámico, más que entrevista es una conversación la cual acude al sociolecto o parlache de los jóvenes de la ciudad, con palabras como *parchamos* o *toque*; además, se nota una interdiscursividad entre los argumentos del invitado y los fragmentos de la canción *El escenario* del cantante Manny Montes, la cual es presentada por el invitado como una de sus favoritas. La canción tiene fragmentos como: *Se abre el telón del escenario y salen los personajes de mi barrio los que vemos a diario de tu barrio, aunque digan lo contrario: prostituta, obrero, narcotraficante*. Esta pieza lleva al reconocimiento de la

diversidad que constituye a los diferentes barrios en las ciudades y que por lo tanto permite generar procesos de reconocimiento e identificación con otros sujetos, a pesar de que no se conviva en el mismo territorio.

Otro de los episodios sobre *afectados por la valorización*, en la comuna 14 El Poblado, se presenta como una entrevista al representante de la Corporación Dignidad Colombia: Defender a la población de los abusos gubernamentales, la cual surge ante esta problemática. Se resalta de esto, la difusión de situaciones de otra comuna de la ciudad, pero que no debe dejar de importarle al resto de la ciudadanía, tal como lo expresa el invitado *-la solidaridad que la corporación pide, es de todos los hermanos a los ciudadanos de la comuna 14-*. Sin embargo, la intención se pierde al identificarse falencias como la aparente falta de preparación de un guión pues las preguntas se tornan incoherentes y poco fluidas, así como silencios en la conversación y la dispersión en algunos momentos de parte del invitado.

A lo largo del programa no se hace mención de alguna institución que financie su realización, por lo cual se puede asumir que se hace bajo la financiación de la Corporación Sueños de Libertad, a la cual pertenece la emisora.

### **Serie: Participación Ciudadana**

Esta serie radial, busca visibilizar a distintas organizaciones y colectivos de la comuna, que están al servicio de la población desde la promoción de la cultura.

Cabezote:

No necesitas ser una súper estrella para que tu voz tenga poder, bienvenidos a Participación Ciudadana, donde personas como tú, como yo, tenemos el poder en la Once Radio.

Este cabezote se fundamenta en un llamado, desde la inclusión, al empoderamiento y a tomarse la palabra dándose una verdadera participación ciudadana. En la expresión

*como tú, como yo*, se da a entender de reconocerse los unos en los otros, en la comunidad, como iguales ante las posibilidades de tener poder ciudadano y de participar.

Los episodios retomados buscan dar a conocer las actividades de dos instituciones que se fundaron y consolidaron en la comuna: La Corporación enlazando sueños y la Pinacoteca Da Vinci, de títeres y literatura y arte, respectivamente.

Invitada “Con presupuesto participativo se han ejecutado talleres de formación, como por ejemplo uno de niños de la comuna 11, Letras, notas y colores. La biblioteca está abierta a la comunidad. (Emisión pinacoteca Da Vinci)”

De manera simultánea, se muestra el siguiente fragmento:

Invitada “Es un espacio que está al servicio de la comuna. Los títeres son el primer contacto que tienen los niños con el arte. (Emisión lazando Sueños)”

Frente a *la* construcción de ciudadanía, se les otorga importancia como centros de interacción ciudadana y como alternativa de esparcimiento e intercambio de saberes para los niños y jóvenes de la comuna.

Ambos episodios son conducidos por practicantes de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Luis Amigó (FUNLAM), institución con la que la emisora tiene convenio. Si bien se nota que existen preguntas estructuradas previamente, no se evidencia conexión entre ellas de manera que se propicie la conversación entre quien conduce y el invitado, por lo cual la entrevista se torna monótona y poco agradable para el oyente, se resalta la motivación en la entonación de los invitados más que en los entrevistadores, quienes no se han apropiado de las temáticas con antelación, ya que al referirse a las organizaciones se realizan lecturas densas sin dinamismo en los tonos o pausas para alguna intervención espontánea por parte de quienes se encuentran en cabina.

Se diferencia el capítulo de la Pinacoteca Da Vinci, en el uso de un testimonio de un estudiante de dibujo de dicha organización, el cual se queda corto ya que simplemente

cuenta en qué año inició en tal sitio, por lo tanto no aporta mayores elementos para la conversación.

Ni en el cabezote ni en los cierres, se identifica las fuentes de financiación de los programas por lo cual se infiere que los recursos provienen de la Corporación Sueños de Libertad, dejando claro que el equipo humano de locutores es parte de la FUNLAM.

Si bien se resalta, desde el punto de vista de la sostenibilidad, el convenio con la FUNLAM, se nota la diferencia respecto a otras series, entre quienes han tenido acercamiento y apropiación a la propuesta de la emisora y quienes lo hacen desde la obligatoriedad, por la motivación con la que se conducen los programas, y el vínculo que se establece o no con los oyentes.

### **Serie: No Violencia**

Esta serie no posee cabezote que introduzca el mensaje global que se pretende difundir.

De los episodios retomados se hace alusión a la no violencia contra la mujer y a la organización y movilización social en diferentes frentes en América Latina.

Respecto a la primera, se evidencia mayor fluidez que en la serie explicada anteriormente y una preparación documental del conductor al retomar documentación de las Naciones Unidas sobre la situación de inequidad entre hombres y mujeres, en lo referido al aspecto laboral y educativo. Esto le da mayor veracidad a las afirmaciones que se hacen de parte del medio y posicionamiento como espacio que conoce y le importa esta problemática. Además, se apoya en el poema de Carlos Castro Saavedra *Te quiero por sencilla*

*Te quiero por sencilla, por semejante al heno/ que cultivan las manos de un campesino bueno.*

*Te amo por laboriosa, por el rumor de abeja/ que tienen tus agujas sobre la ropa vieja. Simplemente recoges en tu falda los días,/ como hojas amarillas, como mis agonías.*

*Haces el pan, el beso, los hijos, el camino,/ los domingos de lana, los manteles de lino,/ y yo te amo, mujer, te amo y te siento/ Más cerca de mi pecho que de tu pensamiento.*

El poema, emplea recursos como metáforas, la enumeración, la comparación, la aliteración y la descripción de una rutina femenina, con el propósito de exponer las capacidades de la mujer, estableciéndose una dinámica de interdiscursividad entre el diálogo del programa y el poema, trasladándolo al contexto contemporáneo de Medellín en relación al acceso a las oportunidades por parte de las mujeres respecto a los hombres, y a la participación política de las mujeres más allá del cumplimiento de un requisito legal, desde la legitimidad, efectividad y representatividad.

“

*Invitado* -En época electoral obliga a que el 30% de las listas estén conformadas por mujeres...las que aparecían con menor votación eran las mujeres...

Muchas engrosaron las listas para cumplir con la ley, lo que no garantiza equidad-.”  
(Episodio no violencia contra la mujer)

Así mismo, las referencias a diferentes oficios que realiza la mujer, permite que las mujeres de la comuna, que desempeñan distintos roles se sientan identificadas y llamadas por este diálogo.

Otro de los episodios escuchados, *Voz de los movimientos, construyendo unidad en la diversidad*, llama especial atención en el sentido de que es una pieza que se usa en red y es de libre acceso en distintos países de América Latina por la *Minga Informativa de los movimientos sociales*, demostrando que la producción de contenidos a través de redes colaborativas de la región, son una estrategia de sostenibilidad y construcción ciudadana en territorios con historias y necesidades compartidas.

La emisión es un resumen de las acciones y puntos de vista de los movimientos sociales de América Latina, relacionados con problemáticas como la tenencia de la tierra, violencia contra la mujer (Guatemala), conflicto interno (Colombia), movimiento indígena y desarrollo sostenible, minería y acceso al agua (El Salvador y Panamá).

Está acompañada por fragmentos musicales instrumentales autóctonos latinoamericanos y cuenta con la participación de representantes de diferentes movimientos y organizaciones sociales que informan desde sus respectivos países, haciendo además un llamado a las comunidades a que conozcan estos proyectos, su alcance y a que emulen su labor en distintos sitios. No se menciona ninguna institución estatal o privada que financie la serie, por lo tanto, de nuevo, se asume que se logra gracias a los recursos de la Corporación Sueños de Libertad.

El hilo discursivo de los programas escuchados, se identifican con la misión y visión que posee la emisora, orientadas al sentido de pertenencia, al rescate de las particularidades de la comunidad, la construcción de la historia de manera colectiva y a la emisión de contenidos que contribuyan a la participación ciudadana y reflejen la cotidianidad de la comuna, por los convenios que logra establecer con organizaciones del propio territorio e incluso de otros países que cuentan con experiencias similares. Sin embargo, se constituye como una falencia el no poder acceder en cualquier momento y lugar a los contenidos ya que no se emiten desde alguna plataforma virtual, y que no siempre coincida la parrilla que se muestra en el sitio web de la emisora con la emisión.

Así mismo, se hace necesario que todo el equipo esté apropiado de la vocación de la emisora, pues esto se verá reflejado en el impacto que generen los contenidos sobre la ciudadanía y en los procesos comunicativos que se puedan gestar.

Se debe mencionar, que llama la atención la ausencia de referencias explícitas a la administración municipal, como apoyo financiero a las producciones radiales, a diferencia de la mayoría de las emisoras comunitarias estudiadas.

## Emisora 4Bits:



La estructura del programa 4Bits está determinada por un cabezote que enuncia la intervención del presupuesto participativo, y la finalidad de la emisión. Para este análisis cabe resaltar que se acudió a podcast, ya que el representante de la emisora, informó que se estaba adelantando la gestión para cargarlos a la nube y ponerlos a disposición de los oyentes.

Para iniciar el análisis, se tuvo en cuenta que la estructura general del programa empieza con el cabezote y la cortina, posteriormente se realiza la presentación del tema y el invitado. Una vez se desarrolla la temática a tratar se hace una evaluación y reflexión de la misma. El programa se orienta hacia el formato de entrevista y la calidad del sonido cuenta con excelente edición.

### **Serie: Hablando a 4 Bits**

*El cabezote está estructurado con la frase -Este programa se realiza gracias a dineros priorizados desde la comisión de convivencia y participación de presupuesto participativo de la comuna 4, Aranjuez (música) Iniciamos hablando a 4Bits, 30 minutos para que conozcas más de quienes te rodean. Un espacio donde tu voz es la protagonista.-*

El deíctico que apoya al sustantivo reemplaza el nombre de algunos de los programas, procurando no redundar en la enunciación del mismo y permitiendo que se ajuste a diversos programas, el mismo encabezado. Igualmente se alude al reconocimiento explícito que se da al aporte monetario del presupuesto participativo y se antepone en

el orden sintáctico la colaboración y quien la hace, lo cual destaca desde el orden de importancia un agente que contribuye al desarrollo del espacio. Al especificar a la Comisión de convivencia y participación, se vincula la misión de los medios de comunicación comunitarios como elemento importante dentro de la sana convivencia en la comuna y la participación activa de sus habitantes.

Posteriormente una voz anuncia el inicio del programa y la finalidad del mismo, la voz aparece fuera del mensaje principal y está dividida por un fragmento musical, que desarticula el mensaje completo, pero a su vez da paso a preparar al público para el inicio del espacio radial.

Como se ha mencionado en la estructura del programa se procede al desarrollo del tema con una técnica de interacción en la que un invitado y el locutor a través de una entrevista semiestructurada, amplían aspectos referentes a la ciudad y especialmente a la comuna 4.

En el programa emitido correspondiente a las batidas ilegales donde el invitado expresa: -“El antimilitarismo es un llamado a los hombres para cuestionarse en una sociedad patriarcal. Negarnos a rechazar un sistema cultural instalado en la cotidianidad. Ser objetor es desacomodarse de un rol de hombres y mujeres.”-(emisión Antimilitarismo). Este fragmento se muestra diferente al resto de los analizados y en especial este programa evidencia una posición de inconformismo por parte del invitado, aspecto que llama la atención frente a los programas anteriores, que cuentan con mayor formalismo.

El carácter contestatario, lleva a pensar que se puede contradecir las instancias tradicionales de participación, que se habían exaltado desde los demás programas, e invita a que se transforme el sistema cultural relacionado con la violencia y la militancia en filas de grupos armados legales e ilegales como manifestación de deber ciudadano.

### **Serie: Experiencias de participación**

*Cabezote: Un espacio dedicado a conocer los testimonios de habitantes y el impacto del presupuesto participativo en la comuna 4, Aranjuez.*

Este, hace especial énfasis en la influencia que ha generado el presupuesto participativo en el desarrollo en diferentes dimensiones de la comuna 4, la cual se valida desde la presentación de las experiencias de habitantes de los barrios de Aranjuez, y que se han involucrado en procesos financiados por el presupuesto participativo.

El locutor entrevista e interviene promoviendo la participación del invitado y en este esquema que denota formalidad y delimita el tiempo, que ya se ha anunciado al inicio del programa, las preguntas y respuestas son concisas. En la emisión del 2014 realizada a Benoni Jiménez Fonegra: Presidente de Asocomunal, hay una locución que expresa

-Presupuesto Participativo es una estrategia que busca que nosotros los ciudadanos a través de un ejercicio democrático priorice los recursos públicos en las comunas... El Consejo de presupuesto participativo, es un consejo no decisivo, en última instancia la tiene la administración según las viabilidades técnicas y el recurso en cada uno de los territorios-. (Invitado Asucomunal)

A lo anterior es necesario atribuir que se evidencia una posición de aceptación frente a lo que representa el apoyo de presupuesto participativo, y se alude a que si la gente no participa, no hay control sobre la administración de los recursos. Es decir, se otorga especial responsabilidad a la comunidad sobre los recursos concedidos desde el consejo de presupuesto participativo.

Igualmente estas intervenciones apuntan a la importancia del trabajo unido de la comunidad para lograr beneficios colectivos. Invitado-“Hacer acciones colectivas, conjuntas y de impacto a nivel de la comuna”, “La comuna 4 ha sido muy reiterativa en priorizar recursos para adultos mayores y personas con discapacidad”- (Emisión Asocomunal), son expresiones que se evidencian en algunos programas y que se refieren a la importancia que tiene la comunidad para lograr una adecuada gestión, en

este sentido es la comunidad la que determina la buena administración que se realice con el aporte.

Se reconoce, así, un sector que para la perspectiva de productividad actual se encuentra relegado, pero que desde su experiencia y formación aún tiene mucho que aportar a la construcción ciudadana en la comuna, se apunta entonces hacia una nueva ciudadanía.

Respecto al discurso del invitado, se nota una ruptura de la linealidad, desde algunas expresiones con problemas de cohesión, donde hay una inadecuada elección del léxico. Se observa en la toma de turnos, desde la cortesía conversacional que el invitado en repetidas ocasiones irrumpe en el discurso del entrevistador, lo cual evidencia un afán por legitimar su posición e imponer su intervención frente a la del interlocutor.

Por su parte el ente estatal cumple con brindar el apoyo económico lo cual es justificado desde quien emite el discurso en cabina. Locutor -“Desde la Secretaría se brinda principalmente un apoyo económico, debido a la vulnerabilidad de este tipo de población-” (Emisión Asocomunal) y se legitima dentro del discurso como aceptable el que no se nombren otros aportes a la población.

-Desde la comisión si se ha priorizado de manera correcta las unidades que han logrado ejecutar. Hay una nueva unidad, unidad de etnias, Ya desde la comuna 4 se empezaron a priorizar recursos con la población afro. Mientras en otras comunas aún no han priorizado recursos para esta unidad- (Invitado, Emisión Asocomunal)

En la elección de términos, se destaca el priorizar como parte de un beneficio y privilegio que se ha conferido a los habitantes, incluyendo a la población LGBTI e incluso contrastando las ventajas que tienen frente a otros sectores.

El invitado evidencia una posición de aceptación y sumado a ello, el locutor se adhiere a esta posición desde su perspectiva institucional y lo refuerza con intervenciones como

-Desde presupuesto participativo realmente estamos encontrando lo que se necesita, que la gente participe y que la gente visibilice cuáles son esas prioridades que tiene la comuna 4. La gente en ocasiones no participa porque no quiera sino porque no se informa, porque no le llega la información y para eso estamos los medios alternativos los medios comunitarios, en este caso 4bits-  
(Invitado, Emisión Asocomunal)

Para este caso, estamos, es un pronombre que involucra a la emisora como parte de este grupo “nosotros”, los beneficiados y consecuentemente este evento desencadena en la visualización de sectores segregados en la comunidad. En este sentido se evidencia un alto grado de glorificación respecto al grupo institucional, que permite mejorar las condiciones de los habitantes de la comuna 4. Además se evidencia la necesidad que existe en la comuna, por promover la formación en cultura política y ciudadana, de manera que cuente con criterios y herramientas para participar de estos procesos.

Igualmente se evidencia un constante afán por convocar a la comunidad para que participe recursos públicos: Invitado-“Que la gente realmente trabaje por el bien de la comunidad no solamente por el bien propio, queremos trabajar con la comunidad y que se acerquen”- (Emisión Asocomunal) aspecto que devela la necesidad del propósito fundamental que tiene este espacio al dar voz a todos los integrantes de la comuna, sin embargo a lo largo de los programas es frecuente que quienes hacen uso del micrófono, sean personas que representan instituciones o entes gubernamentales, no personas del común dispuestas a hacer parte del espacio y adquirir reconocimiento.

Esta emisión denota una posición que interpela por la participación de la comunidad, sin embargo desde cabina, en los programas analizados, no se evidencia la asistencia de personas no pertenecientes a diversas instituciones, lo cual obstaculiza el contraste de versiones de las partes, pues se cuenta con la versión institucional.

4Bits no tiene algún tipo de vinculación con una asociación, corporación o fundación a diferencia de las demás emisoras analizadas, así como tampoco cuenta con una plataforma estratégica que permita develar los principios con los que se identifica, de manera que se pueda concluir si es coherente o no en su propuesta de proyecto comunicativo comunitario, en relación a los mensajes emitidos. De lo que se escucha, se puede concluir que si bien convoca e invita a la comunidad a participar, a ejercer sus derechos y a formarse, predomina la cabida que se da en los diálogos a las instancias gubernamentales, sobre los habitantes de la comuna, lo cual llevaría a pensar que es por cuestiones de recursos del presupuesto participativo y debido a que hay falencias en las estrategias que implementa para posicionarse en la comunidad.

#### **Emisora Morada estéreo:**



Esta emisora está ubicada en el barrio San Javier, su público objetivo son los jóvenes de la ciudad de Medellín y está adscrita a la fundación casa de las estrategias. En los programas analizados se logra vislumbrar una tendencia hacia temáticas que oriente a la comunidad al conocimiento de las problemáticas políticas y sociales.

#### **Serie radial: Resistencias.**

Resistencias es un programa que no cuenta con apoyo de instituciones o entidades estatales o privadas, por lo que se puede inferir que se realiza con los recursos de la Fundación Casa de las Estrategias, a la cual está vinculada la emisora.

Refleja los intereses de un sector juvenil que busca dar voz a sus ideologías y abrir las posibilidades de formar desde la convicción, prácticas de resistencia. En este sentido,

desde la construcción de ciudadanía, da visibilidad a sectores de la comunidad que aportan a este proceso, trascendiendo los mecanismos establecidos constitucionalmente, acudiendo a un tono informal a lo largo de sus programas. Esto evidencia una frecuente disconformidad con hechos que suceden en la comuna, la ciudad o en el país, promoviendo una juventud crítica y empoderada.

Para hacer el análisis se han retomado cinco emisiones, que oscilan entre el 2013 y 2014, para encontrar las convergencias y variaciones en este programa se ha tenido en cuenta el programa *Mucho qué decir* para evidenciar los puntos coyunturales y temáticas. Para dar paso al análisis se tienen en cuenta la estructura general del programa, así como intervenciones de los miembros, invitados u oyentes.

Cabezote:

Resistencias, un nombre en plural para mostrar las diversas formas de libertad, la conciencia y la solidaridad, como una forma de vida. Hágalo usted mismo, hágalo siempre. Queremos conocer tus prácticas de resistencia. Escríbenos a [info@morada.co](mailto:info@morada.co) Escúchanos todos los viernes a las 9 de la noche en [www.morada.co](http://www.morada.co) (música de fondo, Mercedes sosa- Todavía cantamos/ Bersuit Vergarabat-Señor cobranza)

Este cabezote se encuentra en la mayor parte de las emisiones del programa “Resistencias”, aunque a partir de los programas que se registran cerca de noviembre del 2013, hay una modificación, no sólo respecto de la voz que enuncia este mensaje, por el de una mujer, sino que desaparece la invitación “*Escríbenos a info@morada.co*”. Igualmente cabe resaltar el horario en el que se establece este programa, al proponerse a las 9 pm y posteriormente las emisiones se realizan en el horario de 6pm. En este aspecto puede observarse que si bien, es posible que muchos de los oyentes continúen escuchando pese al cambio de horario el programa, existe la posibilidad de variar la audiencia, debido a que se encuentra ubicado entre semana y se puede llegar a fragmentar el proceso de legitimación y representatividad que se pudiese venir gestando desde sus inicios.

Una vez enunciado el nombre del programa se declara una breve explicación, *-un nombre en plural para mostrar las diversas formas de libertad, la conciencia y solidaridad como una forma de vida-*, la función metalingüística del lenguaje se emplea para explicar este sustantivo, en otras palabras, se hace uso de esta función usando un lenguaje para él mismo y sobrepone la intención de reflejar el programa como un organismo que se encuentra a la disposición del público, para ilustrar diversos aspectos axiológicos enmarcados dentro de un estilo de vida y se refuerza con la función apelativa, la cual con la expresión *-“hágalo usted mismo, hágalo siempre”-* da preeminencia al receptor, como el único que debe actuar y en todo momento.

Sin embargo la manera en que se dirigen al público se hace más personal con *-“queremos conocer tus prácticas de resistencia”-* al emplear un tono más cercano con las formas verbales y pronominales de la segunda persona singular “tú” y a la vez expresar la voluntad de los emisores “queremos” como el propósito mismo del programa, centrarse en el receptor y empleando la legitimación a partir de la importancia que tiene la experiencia del público al ser un modo de aparición directo, puntualizando que es el destinatario quien construye el programa a partir de sus experiencias.

Cabe resaltar la prioridad que se le da desde el inicio del programa a la libertad, la conciencia y la solidaridad, como pilares fundamentales para la convivencia en comunidad, para la construcción de una nueva ciudadanía en la diversidad de sus expresiones. Aquí, se alude a la construcción de ciudadanía, la cual enfatiza en la necesidad de darle protagonismo a los diversos sectores de las comunidades y a la universalidad de sus manifestaciones sociales y culturales, más allá de las manifestaciones políticas tradicionales.

En un último momento, se da la información que contextualiza al oyente para que escuche el programa o participe a través de las páginas virtuales. Esta función referencial, da cuenta de información que será útil para el receptor, aunque se modifica a partir del cambio de horario y la posibilidad de escribir a la página web, conserva la

invitación y apelación, no sólo señalando la hora y el lugar, sino también con la canción de la intérprete Mercedes Sosa, *Todavía cantamos*, que se emplea de fondo y que pasa paulatinamente a primer plano, a partir del fragmento que hace énfasis en el adverbio que denota la continuación de algo que fue iniciado.

*Todavía cantamos, todavía pedimos,/ todavía soñamos, todavía esperamos*

Esta canción, permite darle mayor énfasis a la intencionalidad del programa frente a la necesidad que tiene la ciudadanía de resistir y continuar a pesar de los obstáculos que se puedan presentar en el camino.

Para emisiones que se encuentran en el periodo aproximado que comprende los programas de noviembre de 2013 y mayo del 2014, la canción de fondo se modifica por un tema de la agrupación de rock argentina Bersuit Vergarabat, cuyo nombre es *Señor Cobranza*, la cual es una canción de carácter contestatario, crítica al aparato estatal argentino, y cuya letra es de alto contenido explícito. Se denuncia el vínculo del poder político con el narcotráfico, se menciona a funcionarios públicos, presidentes y ministros y a su vez posee un contenido ideológico, que genera polémica por la denuncia y cuestionamiento que hace del poder establecido.

En algunos programas, esta canción suena en su totalidad sin censura, para otros espacios se ve resumida al intro o incluso se reemplaza por una canción diferente, que carece de letra y tiene un tono tenue; este factor se evidencia en la mayor parte de las emisiones conducidas por uno de sus locutores, quien según su identificación en cada programa, sería el mayor del equipo y cumple el rol de moderador.

Para estas emisiones se evidencia una mayor fuerza de la crítica hacia ciertos sectores políticos, a través de una letra que no emplea eufemismos, sino por el contrario hace uso de adjetivos peyorativos para cargos gubernamentales, actos de represión social o para el sistema económico imperante.

*...Es ese perro el Santillán./ Si no lo pueden voltear lo van a querer comprar,/ Con discursos, si no les sale,/ Son capaz de darle acciones a los grandes mercaderes,/ Eso no importa, porque el perro/ Va dejando otro perrito que le mete a este sistema/ El dedito en el culito y cómo sangra y no es el culo,/ Sino el que sangra y se retuerce/ Es el gran culo de este mundo,/ Adiós el muro stanilista! los demócratas de mierda/ Y los forros pacifistas,/ Todos narcos, todos narcos, todos narcotraficantes,/ Te transmiten por cadena,/ Son de caos paranoiquean,/Te persiguen si sos puto/,Te persiguen si sos pobre,/ Te persiguen si fumás,/ Si tomás, si vendés,/ Si fumás, si compras/ Un pobre tonto para hacer para comer Si tomás, vendés, comprás, fumás/ Y váyanse todos a la concha de su madre...”*

Al finalizar el fragmento musical, el conductor del programa recuerda el nombre de la canción y su intérprete para saludar al público y dar a conocer que el programa se transmite desde, más que una emisora, una casa, “La casa Morada”. Esta enunciación se refleja en gran parte de los programas y atiende a la invitación que se hace a través de los canales de la emisora para convocar a la comunidad, para que haga parte del equipo y a la vez aludiendo al nombre de la emisora, Morada estéreo, la cual según declaraciones de uno de sus representantes, coincidentalmente se ha matizado del color en mención, pero su propósito principal es denotar el vivir en ella y hacerla parte de su cotidianidad.

Recordando el horario, que algunas veces se verá afectado por diversos factores y aclarando a qué hora podrán ser escuchados, se da paso al tema del día y entre los tópicos destacados se encuentra la política y eventos como: *Desconcierto en el panorama electoral, la salud de luto, homenajes, fuerzas artísticas revolucionarias de Colombia* y la manera como la presencia de sus miembros en la mesa de comunicación hace que se proyecte como un espacio para visibilizar e identificar las formas en que la ciudad resiste, desde la ecología, la solidaridad, la poesía, el teatro, la calle, la bicicleta, la opinión o incluso desde las huertas urbanas.

De nuevo se saca a flote la propuesta mencionada sobre construcción de ciudadanía, en tanto alude a la Nueva Ciudadanía, la cual se funda en las expresiones culturales ciudadanas.

La duración de este programa oscila entre 44´ y los 100´, partiendo de entrevistas y aclarando que en la mayor parte de los programas, su estructura se compone de una canción o cortina de inicio, el cabezote del programa, la presentación del tema realizada por el emisor y la intervención de los invitados. Estos últimos hablan de sus experiencias e interactúan con los locutores, o responden acompañados del presentador comentarios, más que responder a una entrevista estructurada. Finalmente el locutor realiza unas conclusiones y una reflexión acerca del tema e invita a sus oyentes a un próximo encuentro.

Para programas como *Desconcierto en el panorama electoral*, se habla acerca del análisis sobre las votaciones, cuya conclusión fue que existía una sesgada forma de votación al pretender votar por el candidato Juan Manuel Santos o el candidato Uribista, es decir, que cada uno de los miembros del equipo radial apoyaba el no encontrar una opción, pero era una obligación rechazar al candidato que representaba el partido encarnado por el expresidente Álvaro Uribe Vélez, es decir el candidato Óscar Iván Zuluaga, al descartar a los candidatos restantes que según el equipo, no representaban una votación significativa respecto a los candidatos en mención y significaría “botar, desperdiciar el voto” u optar por la abstención.

Se identifica entonces, una clara intención de persuasión al electorado, desde una posición ideológica de oposición a los programas de gobierno que se encuentran en la carrera por la presidencia de Colombia.

En expresiones como invitado “Es impensable votar por la guerra”, (Emisión, desconcierto en el panorama electoral) se hace presente la metonimia como recurso lingüístico al representar la candidatura del aspirante Óscar Zuluaga, por medio de la guerra y descartar la posibilidad de votar por él como el personaje que reproduce el

perfil Uribista. Para tal efecto, igualmente se recalca el hecho de la única posibilidad que contrarresta la votación que se refleja en el candidato Santos. Invitado“-muchos votarán por Santos ante la defensa de la paz-” (Emisión, desconcierto en el panorama electoral), por ende Juan Manuel Santos también se convertiría en una salida o una opción para no continuar con prácticas militantes. En este sentido no se halla la convicción de un voto consciente y legítimo, sino orientado por el rechazo a la posibilidad de que gane otro.

A partir de la pregunta realizada para iniciar la temática de la noche *¿Cuál es el escenario en que Santos es elegido sin que nos cueste la conciencia?* Se llega a diversos temas de confrontación del panorama que vive actualmente el país con respecto al gobierno que está en marcha y que posiblemente continúe, para llegar a intervenciones que manifiestan, invitado “-la ministra es inferior al desafío de la educación, no hay solución a los problemas de salud o existe una fallida reforma a la justicia-.” (Emisión, desconcierto en el panorama electoral)

De acuerdo con el tópico central, el desconcierto, como la desavenencia que refleja un país y que a través de las voces de los locutores, se visibiliza, se hace latente mediante el análisis de los presentadores, pues este programa al contener un tema de interés y que evoca muchas manifestaciones de desazón, recibe un segundo espacio en el que se invitan politólogos y comunicadores que ofrecen la legitimación y validación, no sólo apelando a la capacitación y representatividad de los mismos, sino desde el rasgo generacional que conecta a los oyentes y a los emisores.

El programa en su totalidad entrega una presentación de contenidos a manera de denuncia, pero se vale de expresiones como invitado“-entregar argumentos para tomar decisiones-“ (Emisión, desconcierto en el panorama electoral) en las que afirma la veracidad de la información, para dar la orientación fundamentada que refleja un discurso en el que prima la reflexión sobre los hechos, por eso continúan con proposiciones como, Invitados “-hay una falsa división liberal, conservadora... la amenaza es que vuelva el embrujo autoritario-“(Emisión, desconcierto en el panorama

electoral), dando a entender que si bien la reelección no es la respuesta, durante el gobierno actual no se vive bajo medidas autoritarias.

Para estas expresiones se hace presente el uso de adjetivaciones de los grupos que pertenecerían al sector político, tanto de izquierda como derecha, al no representar un cambio significativo, más bien ser un antifaz de intereses propios y poderes que no involucran a la sociedad civil, como se expresa en la mayor parte de la emisión. Igualmente se hace un claro posicionamiento respecto a la candidatura de Zuluaga con Álvaro Uribe, haciendo analogías tácitas en sus perfiles y dejando como mayor descripción adjetivaciones como, invitado -Uribe feudal, terrateniente y mafioso- (Emisión, desconcierto en el panorama electoral) aludiendo a un perfil que cada uno de los miembros rechaza y al hablar de pronombres como “nosotros” involucra al país, dejando despejado un panorama en el que no existe la posibilidad de pensar en un candidato cuyas características, no son favorables para un pueblo que rechaza la guerra y requiere de mejor educación, salud y convivencia.

Desde el programa se anuncia que el chat se encuentra disponible para la participación de los oyentes y la interacción con los invitados y locutores, pero es poco usual en este tipo de espacios identificar en qué momentos surge una intervención de un radioescucha.

Por otro lado, en algunos de las emisiones de este programa se incluye una canción de Doctor Krápula cuya letra contestataria se ajusta a la reflexión que programa tras programa emerge por parte del equipo de Morada, la necesidad de la participación por parte de la comunidad en las prácticas de libertad y conciencia, como estrategia primordial encaminada a la transformación y a la consolidación de una ciudadanía realmente activa y efectiva.

En la emisión realizada frente a la problemática de la salud a nivel nacional, *La salud de luto* movimiento difundido en su mayor parte, desde las redes sociales y demás medios, se invitan a dos residentes de medicina de la Universidad de Antioquia,

quienes a través de su experiencia expresan el desacuerdo que reflejan los profesionales de la salud con respecto a la reforma de la ley 100, la cual sanciona el sistema de seguridad social integral.

Cumpliendo con el esquema habitual del programa se da a conocer el nombre y el cargo o profesión de las asistentes, lo cual reafirma la credibilidad mediante la estrategia de legitimación y verosimilitud.

Haciendo una visión diacrónica del panorama que concierne a la salud en Colombia, se justifica las razones por las cuales los profesionales de la salud, representados por parte de las invitadas, no se opusieron a dicha reforma y en expresiones como invitada (“-mientras nosotros estábamos metidos en nuestros libros, hicieron todo-“ Emisión la salud de luto), este fragmento refleja la intención de hablar de *ellos* como los grupos a los que no pertenecemos y *nosotros*, quienes no estábamos enterados de la situación por adentrarnos en actividades relacionadas con la labor. De la misma forma deja en evidencia que quienes deberían hacerse responsables en lugar de los médicos, eran los pacientes.

Sin embargo en algunos espacios una de las invitadas da a conocer que pertenece a un grupo de hip hop, un género conocido por el carácter contestatario e inconformista, contrastando con la descripción de su perfil el haber pertenecido a universidades de carácter privado y posteriormente haberse unido al movimiento *Salud de luto*, lo que denota su cambio de posición, su adherencia a la comunidad inconforme, con respecto a su posición indiferente al pertenecer a instituciones que no reflejaban las problemáticas mencionadas. Esta situación se va haciendo más visible en el perfil de los invitados, debido a que en su mayoría develan solidaridad y encarnan las situaciones y los temas propuestos en cada emisión.

En emisiones como *Homenaje al árbol de opinión* o *Paro agrario*, se lanzan opiniones tanto de los invitados, como de los locutores, que califican el sistema como inestable, desigual y coercitivo, pero que los ciudadanos se encuentran en libertad de cambiar

esa realidad y de este modo convertirse en protagonistas del ejercicio de empoderamiento mediante la participación y el aporte.

-Medellín, la más libre y democrática, donde no pueden existir limitaciones intereses creados ni nada que signifique mordaza o censura. Y eso es lo que está ocurriendo en este momento en el que así que ocasionalmente se está planteando es... y estoy muy seguro es que va haber una reacción por ese tipo de programas. Es indispensable en una sociedad como la nuestra y sobre todo este tiempo donde la defensa de la palabra no tiene que convertirse en ofensa de la dignidad-. (Invitado, Homenaje al árbol de opinión o Paro agrario)

Aludiendo a los pilares que enmarcan la ciudadanía y su bastimento, el emisor convoca a la reflexión desde el rechazo al silencio, pues si bien, el lema que promueve de la ciudad de Medellín, personificándola con adjetivos positivos como libre y democrática, es mencionado, se hace con un tono que se matiza desde la ironía al ser contrastado con la intervención posterior; se hace presente la necesidad de promover acciones de participación democrática como un hecho cotidiano que no roce con susceptibilidades. Así mismo, remarca la necesidad de que se presente una reacción, una movilización frente a la defensa de los derechos humanos, de la libertad de expresión y de la dignidad de la ciudadanía.

De este modo, la responsabilidad por el cambio no se deposita en manos de representantes o entes gubernamentales, sino que deja de manifiesto que en primer lugar es responsabilidad de la comunidad.

En este espacio, los integrantes de la mesa se muestran en total acuerdo y reflejan con relación al cierre de un programa radial de la emisora de la Universidad de Antioquia, conocido como, *En defensa de la palabra* una decepción desde el mismo propósito del programa, que se anuncia como un homenaje y a lo largo del mismo expresa desde diferentes voces, la inconformidad ante el cierre de programa y a su vez la seguridad

que se tiene sobre la responsabilidad de una administración que buscaba silenciar las voces que se expresaban en el mismo.

Desde esta óptica se inscribe la emisión referida al paro agrario, por ejemplo al destacar la importancia de la participación de la ciudadanía en movilizaciones y manifestaciones pacíficas, que conlleven a movimientos sociales no violentos ante la inequidad. Se promueve explícitamente el voto en blanco, aspecto que desde la página y sus redes sociales, o convocatorias de imágenes de recordación, se evidenciaron en el proceso electoral.

Lo anterior respaldado por argumentos que refieren al desacuerdo con las propuestas que ofrecen pocas posibilidades a la comunidad y cómo la unión del pueblo y para el pueblo ha de significar la diferencia; un ejemplo de ello se traduce en el apoyo a pequeños empresarios y campesinos de barrio.

Desde el nombre, es posible ir descifrando el propósito o los temas del programa y a lo largo de las emisiones se devela un propósito denunciante, que vincula las voces de quienes alrededor de un tema sienten el desagrado de decisiones, pautas, normas o acciones arbitrarias. El tono del programa se conserva y aunque no siempre recae en adjetivar, lexicalizar, sí legitima la posición de la comunidad argumentando frente a las situaciones analizadas en cabina.

Por otro lado se encuentra el programa *Mucho que decir*, que bajo el apoyo de la alcaldía de Medellín (Aníbal Gaviria) y con temáticas acordes a Resistencias, aparece cuando sale de emisión este último.

### **Serie radial: Mucho que decir.**

Este programa surge con el propósito de mitigar las actitudes en los jóvenes de abstención en participación política, como el caso de los procesos electorales.

Para lo cual se han retomado ocho programas, analizando las intervenciones que realizan durante el esquema general de la emisión. Se pensó en contrastar el discurso que surge en este programa respaldado por la alcaldía de Medellín y Casa de las Estrategias, frente a un programa con afinidad temática, *Resistencias*, el cual no está amparado por presupuestos ajenos a la fundación. Para dar paso al análisis, se inició por el cabezote y sus recursos discursivos y la estructura general del programa, considerando puntos de convergencia, cambios y aspectos relacionados con la construcción de ciudadanía, manifestados en los contenidos.

En el cabezote se emplea una frase con oraciones subordinadas y cuyas principales funciones lingüísticas se direccionan a la referencial y conativa.

Cabezote:

-Porque tenemos mucho que decir, un programa para una Medellín consciente. Todos los lunes a las 9pm por [morada.com/radio](http://morada.com/radio). Un programa realizado por la alcaldía de Medellín y fundación Casa de las Estrategias- (Melodía de fondo).

En la organización sintáctica de este cabezote, predomina la primera persona en plural de un presente indicativo, lo cual muestra que se busca afianzar una razón que expresa un “porqué” e involucra a varios sujetos entre los cuales están, tanto los miembros de la emisora, como la comunidad a la que se dirige el mensaje; en este sentido se indica que hay una unidad, son uno, público y emisora.

Para reforzar la importancia del mensaje, se añade el artículo “un” antepuesto al sujeto “programa” que adquiere un rol en la oración desde la personificación, es el programa que generará la consecuencia, en especial el que posibilita la Medellín consciente. Medellín es la representación de un colectivo inclusivo, “somos todos”, es decir, se visualiza que todos los que se suman al programa, posibilitan el cambio y de la misma forma todos serán conscientes, todos son Medellín. En la dinámica de la construcción de ciudadanía, este programa implica que es a través del diálogo y el encuentro como se configura una ciudadanía consciente.

La función referencial es puntual e incluye información de tiempo y lugar, pero para enfatizar en el compromiso, se agrega el *todos los lunes* que pondera exceso, pero a la vez se habla del conjunto, no hay lunes que estén exceptuados.

Para finalizar, de nuevo el programa encabeza la oración con el sujeto y se corresponde con la preposición “de”, al ser perteneciente o gracias a la alcaldía de Medellín y la fundación Casa de las Estrategias. La legitimación se evidencia a través de dos entes, uno gubernamental y otro que hace parte de la comunidad, por lo tanto resulta confiable encontrar dos organismos como responsables del programa y que se confronten desde distintas perspectivas ideológicas.

El programa *Mucho que decir* es un espacio que propone una movilización responsable de los jóvenes durante el proceso electoral y se compone por una red de 21 grupos de la ciudad de Medellín, en los que se forman los editores de ciudad. Usualmente, el programa está moderado desde cabina por jóvenes como comunicadores y politólogos, que a su vez conversan en el estudio con invitados que cuentan sus experiencias en el tema de la política, expresan sus ideas o analizan situaciones.

El programa cuenta con un esquema tipo conversatorio/ panel y la comunidad tiene espacios para intervenir mediante el chat, las redes o las entrevistas en directo. La presencia de jóvenes que están involucrados en dinámicas políticas, no necesariamente desde la administración pública, valida las afirmaciones que presentan en el sentido de que encarnan las necesidades y el sentir de la juventud contemporánea y el valor agregado que esta misma condición les da, para intervenir realidades sociales y transformarlas.

Así entonces se abre el espacio del programa con el cabezote (que en algunos de los archivos no aparecen), se hace la presentación de quienes se encuentran presentes en la mesa, programando e interviniendo, entonces uno de los asistentes ocasionalmente cita una frase célebre para dar paso al tema y se procede a enunciar el tema del día.

Generalmente este t3pico se aborda por medio de preguntas o experiencias, se realizan varias intervenciones, se responden preguntas de los oyentes, de los presentadores, se retroalimenta la informaci3n y en algunas ocasiones se dan espacios para la m3sica. Este programa oscila entre los 45' y las 2 hrs, lo cual depende del tema, pues por lo general se tiende a concluir acerca del mismo o realizar una reflexi3n.

El programa presenta en ocasiones problemas de edici3n, como el caso de las transmisiones realizadas sobre los temas de elecciones, el de la participaci3n pol3tica; el cabezote no se incluye en el archivo de la nube, el sonido contiene baches y resulta dif3cil escuchar las voces, pues suenan muy bajas con relaci3n al ruido del ambiente o la interferencia.

Durante las intervenciones los invitados y asistentes se expresan a trav3s de sus experiencias y los locutores abren el espacio para que tengan una intervenci3n amplia, lo cual evoca una conversaci3n fluida entre todos los asistentes, y cuyas normas de cortes3a se manifiestan mediante la toma de turnos no estructurada, pero que no sugiere interrupciones, la palabra se encuentra conectada por el hilo de la pregunta y aunque el t3pico adquiere aspectos que pueden desviar la pl3tica, los asistentes no emplean recursos como evasi3n de aspectos referentes al tema del d3a o a las preguntas formuladas, por el contrario se acude a la redundancia.

De acuerdo con lo anterior, en las mediaciones del locutor, no se hace frecuente el uso de estrategias de restricci3n respecto al tema, pero uno de los escenarios m3s usuales de redirecci3n del tema se presenta por parte del locutor, quien a diferencia de los dem3s expositores, enfatiza en su edad avanzada y emplea un lenguaje diferente al de los j3venes. El cronolecto permite evidenciar una estrategia de legitimaci3n, que no est3, como en el caso de los polit3logos y comunicadores, amparada por oficios, sino por la experiencia y la garant3a de formalidad.

Llama la atención, desde el aspecto de la sostenibilidad, que un programa con dos contribuyentes, presente problemas de edición y disponibilidad, a diferencia de otros sostenidos por los aportes de la fundación.

Para el programa del 22 de junio del 2015, uno de los invitados habla sobre el tema que parte de reflexiones sobre lo que significa y qué es Medellín consciente. De este modo se abre paso al motivo que fundamenta la consolidación del programa y los grupos de jóvenes que se reúnen en torno a él, pues existe una búsqueda en todas las comunas para liderar y convocar a la participación alrededor del proyecto, así como el reconocimiento de varias fundaciones en cada una de ellas para tratar el tema de política y participación.

De este modo, se destacan frases como, Locutor “-al poder se le puede hablar bonito-“(Emisión proceso electoral). La idea del programa es dar voz a la comunidad, pero apelando a las buenas relaciones y en este orden de ideas, la compra de votos es uno de los temas centrales, para esto se exponen como parte de los acontecimientos la falta de compromiso de quienes votan y permiten el soborno. Sin embargo en el programa se retoman como bases, el compromiso que tienen los jóvenes respecto a la política y la idea errónea del concepto.

*-Qué pasó cuando le hablan por ejemplo desde... desde los conciertos desde la música es muy importante lo que tú y tu experiencia como es el salto desde una expresión y movilización social, cómo saber (...) en la toma decisiones satanizar el espacio como tal, solamente por algunas prácticas incorrectas. Por así decirlo para nosotros fue el primer ejercicio que implica la participación institucional y organizada un espacio con que generaciones de mucho tiempo, en el sector de lo comunitario y social entonces ahí estaban dando (...)-* -“(Invitado, Emisión proceso electoral).

En este fragmento se evidencia el interés del invitado por mostrar el ejercicio de la política desde espacios que la sociedad no encuentra relacionados con el tema, pero a su vez enfatiza en, Locutor “-Es muy importante lo que tú y tu experiencia-“(Emisión

proceso electoral). Mediante la organización en la que el pronombre del sujeto en segunda persona se convierten en los principalmente aludidos y podrán legitimar con la práctica una movilización social.

Por lo anterior, se establece que se alude a la función conativa del lenguaje para lograr que quien se encuentre tras el radio, el dispositivo móvil o el computador, es quien puede lograr el cambio.

El llamado a hablarle al poder desde las *buenas relaciones*, se vincula con el rechazo que se observa en la esfera pública contemporánea por manifestaciones sociopolíticas tradicionales (partidos, sindicatos, grupos armados), que para el escenario actual se han agotado en la medida en que han perdido legitimidad y se perciben como dinámicas que se han insertado en la misma tónica gubernamental.

Las prácticas que evidencian la construcción de ciudadanía se presentan en torno a la promoción del protagonismo de la comunidad, la relevancia de los diferentes tipos de comunidades y el valor que delega a la esfera pública para el despliegue de las libertades sociales. Por lo tanto, este espacio manifiesta interés desde la democratización e inclusión de la comunidad e invita a participar activamente, abriendo la posibilidad a nuevas formas de participación desde la cultura.

Por otra parte se abre paso al protagonismo que obtienen los oyentes y los miembros de la Medellín consciente bajo el empoderamiento respaldado por la palabra, por la autonomía y el consenso. Los aspectos axiológicos enunciados, por ejemplo, en este segmento, Invitado “-Entonces entrar en esos espacios, escuchar versiones decir definitivamente yo no apoyo eso, en esos espacios tan bárbaros, pero tener la posibilidad de negociar es tener el poder-“ (Emisión proceso electoral). Permiten observar que se habla en tercera persona para realizar acciones que resultan determinantes y el pronombre personal “yo” empodera y otorga autonomía a quien se enfrenta a los espacios “bárbaros”, es entonces cómo el acceder, enfrentar espacios desconocidos con convicciones y negociar, se convierte en la posibilidad de

empoderarse. Se reconfigura la sociedad civil, como organismo propositivo y veedor de la función pública y su impacto en su cotidianidad.

El programa surge como resultado de la preocupación a propósito de las elecciones y tiene como fin dar voz a la juventud. En el programa del 22 de junio, el siguiente fragmento evidencia algunos elementos como los motivos que impulsaron la realización del programa.

-Casa de estrategias y la alcaldía de Medellín realizaron un convenio de cooperación dónde lo que buscan y haciéndose una pregunta muy interesante es cómo generar empoderamiento ciudadano juvenil y romper con esa apatía frente a algo tan importante como un momento electoral que va a suceder ahorita en octubre las elecciones locales, cómo poner, y cómo generar, digamos algunas acciones frente a eso... Y entonces surge Medellín consciente que como ustedes ya lo dijeron pero esto me toca a mí decirlo sin poner las palabras más que eso y cada vez más rimbombantes (risas) es una estrategia de movilización y de comunicación diseñada por jóvenes, aquí viejito puedo ser yo, pero simplemente por algunas cosas administrativas de la vida pero es una estrategia de comunicación y movilización hacia generar un empoderamiento Y estrategia para valorar la importancia de hacer un voto libre y consiente-". (Locutor, Emisión veeduría proceso electoral).

La apatía en este caso es la mayor preocupación que muestran frente a un evento circunstancial, ya que generará abstencionismo por parte de la comunidad. Se evidencia un afán por alcanzar un poder legítimo, pues dada la ausencia en las votaciones anteriores, se concluye que más de la mitad del censo electoral, evita participar de este proceso.

En este caso se ha pensado en una estrategia, un programa que logrará poner fin a la desidia, para lo cual Medellín consciente, como táctica, es el fin y el instrumento mismo y el locutor se convierte en el vocero del mensaje, Locutor "-pero esto me toca a mí

decirlo sin poner las palabras más, más que eso y más cada vez más rimbombantes (risas) es una estrategia de movilización y de comunicación diseñada por jóvenes-“(Locutor, Emisión veeduría proceso electoral).

Es el encargado de elaborar un discurso con tecnicismos y pese a su diferencia de edad, tiene la facultad de legitimar el mensaje, o la gestión administrativa, gracias a su experiencia. No obstante, el punto de llegada de la emisión radiofónica, será no sólo propiciar la participación de los jóvenes en las votaciones, sino hacerlo de manera consciente y con autonomía.

Para contrastar la posición de los presentadores del programa, se hacen varias sesiones de análisis, en el que el día siete de junio de 2015, se realiza una observación a partir de la invitación a los espacios que se abren en todas las comunas de la ciudad en torno a la participación. Uno de los puntos de partida, es la muerte de un líder, lo cual no sugirió un reconocimiento en los medios masivos:

Lamentable para la ciudad nunca llegaron por los medios, nunca, lo único que salió por los medios fue en las declaraciones del comandante la policía justificando la muerte de Juan David pero este arte se vuelve como el medio de comunicación a través del cual nosotros tratamos de llevárselos a la gente ya que por los medios masivos no llega este tipo de información-“(Invitado, Emisión Líderes de la comuna y la cultura metro).

El emisor expresa la posición de “nosotros”, quienes producimos estéticas que comunican, y “ellos”, quienes detienen el ejercicio, atentan contra él o simplemente lo justifican. La gente entonces es quien decide si se adhiere a “ellos” o a “nosotros”, pero el propósito del enunciador es hacer parte del grupo “nosotros” y hay una continua oposición donde se enfatiza en lo positivo del grupo al que pertenecen tanto el joven que murió, como el emisor y por su parte, el grupo como la policía o los medios, van a ser los opositores, que ocultan, justifican y aceptan la situación en la que tienen desventaja los artistas, pero son un medio veraz. La metáfora del arte como medio

entonces se convierte en la razón para defender la posición y legitimar la versión del invitado. Además, esto demuestra una estrategia de posicionamiento, no planeada, en la medida en que se configura como un medio de y para la comunidad, sobre todo para aquellos sectores invisibles para los medios masivos comerciales.

En este mismo orden se encuentra el tema del metro. Desde la intervención de los asistentes, sobresalen varios puntos de vista como:

Ya me siento censurado todo el tiempo en el metro de camino acá, todo el tiempo no es prevenir, otra forma para decir claro es la poesía es eso simplemente replicar la imagen y decirle en unos tonos más entendible lo menos con maquillaje y más entendible decir lo mismo para que todos lo puedan entender- el emisor se convierte entonces en un sujeto que encuentra represión en un medio de transporte y expresa que pese a procurar hacerlo con sugerencias, el metro maquilla algo que satura a sus usuarios, pues continúa compartiendo anécdotas como el no poder alimentarse dentro de los buses y el sistema. -“ (Invitado, Emisión Líderes de la comuna y la cultura metro

En puntos como este, los acompañantes de la emisora no contradicen la mediación, pero emplean contrapreguntas que sugieren que es desatinada la idea del anunciador, pero si bien, estas preguntas no contradicen lo que expresa el invitado, sí sugieren que es algo inquietante lo que se argumenta , pues aunque el emisor justifica que es cuestión de guardar la basura y prevenir desorden con los desechos, se evidencia una posición que lo separa , como al resto de asistentes; sin embargo, se concluye con que *-la cultura metro censura-*, y que *-hay verdades censuradas en la ciudad-*

Para las reflexiones realizadas en la emisión, “la cultura metro censura” se omite nombrar instituciones, pero la cultura metro hace parte de una ideología que surge de las entidades públicas, para difundirse en la sociedad que para hacer uso de un servicio, requiere aplicarla.

En este orden, se habla de cómo el poder se ejerce por los mismos, que pueden hacer parte de la institucionalidad o por apellido se ven beneficiados y se hace énfasis en que la política debe cambiar la manera en que se heredan los cargos por apellido. Invitado “-para cambiar a Colombia hay que matar hijos, nietos y abuelos, de manera simbólica-.” (Invitado, Emisión Líderes de la comuna y la cultura metro. Lo anterior es una justificación de una acción a la que todos los miembros de la mesa, intervienen para aclarar que no se trata de una acción de reproducción de violencia, sino una forma de entender que la oligarquía se sobrepone a la meritocracia y es importante reconocer que la radio comunitaria debe desarmar la palabra y excluir de su léxico el lenguaje bélico y discriminador, la música ofensiva y violenta y la crónica roja, por lo cual, la expresión “matar” denota una fuerte posición de resistencia al sistema y aunque es una forma metafórica de expresar la desaparición de un sistema excluyente, alude a una manifestación radical.

La intervención está abordada desde la tradición de la memoria, el manejo superficial de algunos hechos y el énfasis en la ponderación de la exaltación de los grupos a los que pertenece el hablante.

En cuanto a temas como las votaciones, en el programa emitido el día 26 de octubre de 2015, los anunciantes expresan la importancia de un voto consciente frente a los espacios comprados por politiqueros:

-hombre qué mal es el Estado tratando de vender el sistema de votación Colombiano qué mal lo hace el Estado tratando de generar que participe, yo no me quiero imaginar que piensa un candidato de Medellín el sábado en ese diluvio o el día pensando en el estado del tiempo pues la gente no va a salir a votar-.”(Invitado, emisión veedurías en las votaciones)

Algunos de los participantes sienten la necesidad de denunciar campañas corruptas, sin embargo se abstienen de nombrarlas, aunque hay posiciones evidentes en emisiones anteriores, pues se alude con adjetivaciones al expresidente de Colombia,

“Uribe paraco” es una de las locuciones que sobresalen al evitar adjetivar otros personajes de la política y en este caso enfatizar en un calificativo directo y despectivo.

Los argumentos superficiales que se le dan a la poca importancia de cargos de aspirantes al Concejo Municipal, se atribuyen a que los estratos que están debajo del 4, son los únicos que requieren la intervención y ayuda de los concejales, al decir Invitado “- *los concejales no sirven de nada a los estratos 4,5 y 6.*” (Emisión Líderes de la comuna y la cultura metro), se emplea tal oración para justificar quiénes son los votantes de los concejales y que en la medida en que requieran ayuda los miembros de la comunidad, orientarán sus votos. Entonces será por intereses particulares el ejercicio de la votación y no en pleno uso de conciencia ciudadana, lo cual le resta legitimidad al proceso y al cargo al que se va a acceder por elección popular.

Igualmente al retomar el tema del candidato ganador a la Alcaldía de Medellín Federico Gutiérrez, se califica como una opción para el no continuismo de Álvaro Uribe, no obstante el reto se presenta, debido a que el gobierno entrante carece de experiencia, pero es preferible frente a la posibilidad de una elección que incluya manifestaciones ideológicas Uribistas.

El programa, permite la expresión de los invitados, dando opiniones que reclaman adjetivaciones para candidatos y población con preferencias políticas, e incluso rechazando la problemática de la inscripción y anulación de cédulas, pues si bien uno de los asistentes expresa opiniones de preferencia al Polo Democrático y admite desilusión ante la derrota en el Concejo, es clara la manera en que cada uno tiene la libertad de manifestar sus inconformidades y a la vez justificar el porqué de ellas. Esto revela una posición ideológica que se direcciona a rechazar ciertas prácticas políticas y destacar otras, es decir, que se toma una posición que alude al rechazo hacia las directrices ideológicas de manera redundante e insistente, pero hay una restricción de explicaciones acerca de por qué no es posible concordar con el grupo opuesto. Se hace constantemente una lexicalización en la que los términos negativos están

relacionados con los “otros” y el reconocimiento de lo positivo, de la ideología y prácticas con las que se identifica el programa.

Los asistentes emplean un discurso que evalúa eventos e ideologías que influyen en el ámbito social y cultural, ponderando los aspectos negativos de los grupos a los que no se adhieren y resaltando sin mayor descripción los que consideran efectivos.

En el ejercicio de deslegitimación de las practicas negativas, se alude a calificativos y expresiones que vinculan y evalúan lo que será la mejor opción y los relatores ostentan en la autoridad discursiva que los ratifica como expertos desde sus oficios y profesiones, apoyados por una coherencia que en algunos espacios se ve afectada, por temas que se relacionan y pierden el hilo central, como en

El caso de un candidato que se estaba lanzando al concejo y estaba haciendo presencia, entonces el man no necesitaba hacer publicidad el mismo era la publicidad, con sólo saludar a la gente abrazar e invitar un fresco; pues como con esas cosas y lo que vuelvo insisto estaba rodeado de muchos jóvenes están haciendo uso de la juventud para estas iniciativas políticas es utilizado su condición. (Invitado, Emisión Líderes de la comuna y la cultura metro)

En el estilo directo a la vez sencillo e informal, la función conativa y emotiva, cobran importancia, pues apuntan a actitudes que son aproximaciones sociales afectivas, pero advierten sobre ellas, con escepticismo. La búsqueda del establecimiento de vínculos fraternos entre la sociedad civil y quienes aspiran a ser sus representantes, están orientados al restablecimiento del contrato social que se ha desdibujado a partir de las mismas denuncias que se hacen en los programas.

Frecuentemente el programa involucra la voz de la comunidad con invitaciones, el chat y entrevistas, así como preguntas pregrabadas o en vivo, lo que en ocasiones evidencia una calidad de audio pésima, así como problemas de edición durante los primeros minutos.

Aunque el programa a diferencia de *Resistencias*, tiene un corte más formal y en ocasiones se ve redireccionado por uno de los locutores, reclama una forma de manifestar el inconformismo, se nota una fuerte contraposición con ciertas ideologías, pero desde el mismo cabezote, es innegable el tono que busca aminorar lenguajes agresivos, aunque en algunas ocasiones sus asistentes expresen preferencias y desacuerdos que buscan legitimar posiciones y rechazar otras. Este programa, pese a contar con el apoyo de la alcaldía, muestra algunos problemas que no son frecuentes en *Resistencias*.

El hilo discursivo que se caracteriza a lo largo de los programas retomados, tiene una clara correspondencia con la apuesta de Morada hacia la consolidación como medio independiente, libre y sin censura, así como también representa los intereses y principios de la Fundación Casa de las Estrategias, a cuya red de trabajo pertenece la emisora, y que está orientada hacia la promoción de la cultura, la transformación social, la sostenibilidad y al rechazo a la violencia. Por lo tanto, existe una evidente consonancia entre el principal contribuyente de la emisora y el mensaje global que se pretende emitir en sus diversos programas. Cabe resaltar, que pese a las temáticas que son transversales a toda la programación, en el programa *Resistencias* se evidencia un tono más directo de denuncia y crítica. Por otra parte, en *Mucho que decir*, se abordan los temas con un tono más sutil, que si bien no pierde el carácter contestatario, presenta diálogos que pretenden llegar a consensos.

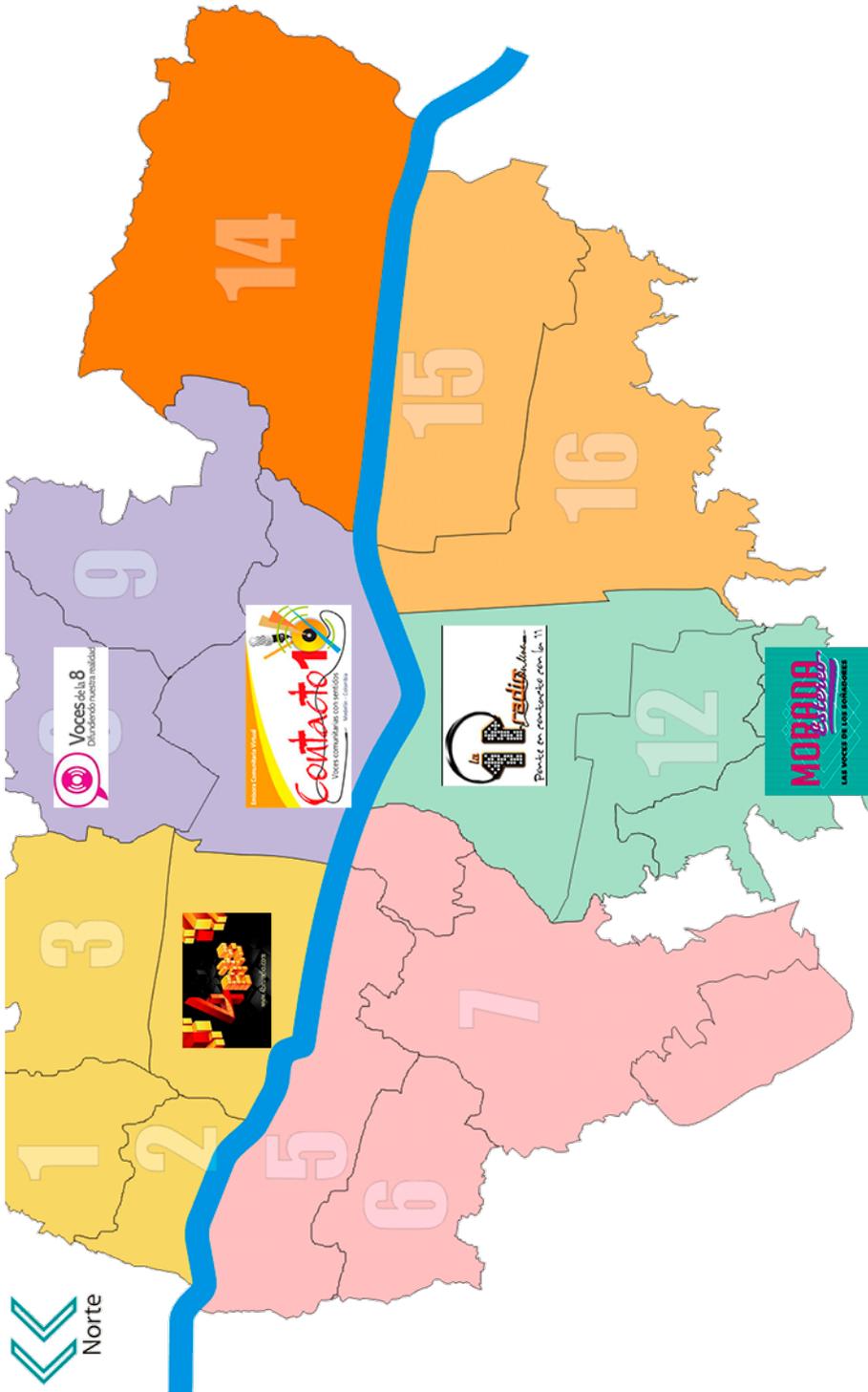


FIGURA 9 Mapa político de Medellín con la ubicación de las emisoras comunitarias  
Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO 6:

### CONCLUSIONES

Tomando en cuenta el objetivo general de esta investigación, y los cuatro objetivos específicos que se derivan de éste, se han generado una serie de categorías a partir de las cuales se pudo concluir:

- 1. Gestión de contenidos:** En el proceso de gestión de contenidos, se evidencia la vinculación entre las emisoras estudiadas, con la alcaldía y sus dependencias, frente a la producción de sus programas. Es así como en el 70.2% de las emisiones escuchadas, se encuentra el aporte de instituciones como la Alcaldía de Medellín, y de instancias de participación como las comisiones de Planeación local y Presupuesto Participativo, lo que devela una alta dependencia por parte de estos medios comunitarios con respecto a entes gubernamentales, lo cual limita la permanencia del proyecto comunicativo que se pretende consolidar. Esto trae como consecuencia que se comprometa la misión, valores, principios y los códigos de ética del medio, al no atender a las necesidades de la comunidad, a sus expectativas. Es decir, se comprometen los ejes de reflexión en la medida en que con la excusa de la perdurabilidad y el acceso al financiamiento, pasa a un segundo plano el significado y la representatividad de los mensajes emitidos, para la comunidad, tanto desde su orientación, análisis y dimensión estética. Esto último se evidenció en el apartado de resultados y análisis de datos, al caracterizar la parrilla, mensajes y guiones, los cuales demostraban que no siempre eran planeados ni ejecutados de manera rigurosa.

Del mismo modo, este hecho se relaciona con la construcción de ciudadanía, ya que la dimensión político cultural, que es inherente al proyecto de la emisora, se va desvirtuando en la medida en que deja de ser uno de los pilares del medio. Así se puede plantear que no hay un total interés en ver reflejadas acciones lideradas por la emisora en la comunidad.

## EMISIONES CON FINANCIACIÓN INSTITUCIONAL



FIGURA 10 Gráfico porcentual de Financiación Institucional  
Fuente: Elaboración propia

En este sentido, la experiencia de las emisoras comunitarias en Medellín se distancia de las desarrolladas a nivel nacional y regional (América Latina), teniendo en cuenta que uno de los fundamentos de tales medios es la autosostenibilidad, es decir, que el proyecto comunicativo gestione los recursos financieros, capacite al equipo humano, y se movilice en, y para la comunidad, de manera que se propicien dinámicas de apropiación, legitimación y contribución a su sostenibilidad. De manera, se enmarquen dentro de la dinámica de las Industrias Creativas y Culturales, para que se configuren como una empresa con sentido social, que entiende las demandas de la lógica mercantil, que se diferencia de las demás al ser una empresa social comunitaria o para el caso una emisora comunitaria empresarial, que logra autogestionar sus recursos a partir de estrategias que según se pudo constatar, no comprometen su función social.

Es importante resaltar que cuatro de estas emisoras (Morada estéreo, Contacto 10 F.M, La OnceRadio, Voces de la 8) han mostrado avances en la configuración de su estructura organizativa, al contar con una plataforma

estratégica que comprende misión, visión y valores o principios. Lo anterior evidencia la pretensión de consolidar un proyecto que busca la transformación de la comunidad y el desarrollo humano.

Desde el punto de vista administrativo, se han adoptado estrategias que les permiten obtener recursos desde el establecimiento de convenios con universidades para la realización de prácticas y pasantías<sup>4</sup>; con ONG's de derechos humanos y entidades culturales para actuar como operadores de proyectos y con redes de emisoras comunitarias nacionales e internacionales para la difusión y el intercambio de contenidos. De esta manera disponen sus equipos, espacios y personal para actuar como prestadores de servicios audiovisuales a terceros, fortaleciendo el desarrollo humano al propiciar el intercambio de saberes, la democratización de la palabra, la formación en habilidades artísticas, académicas y laborales que se encaminan hacia el aprovechamiento del tiempo libre, así como a la proliferación del conocimiento, al hacer de sus partícipes multiplicadores de experiencias.

**2. Perfil radiofónico:** En las dinámicas de producción y locución de las emisoras comunitarias estudiadas, se logra avizorar un perfil radiofónico, que si bien incluye franjas musicales, se compone en su mayoría por espacios con géneros informativos con diversos formatos que incluyen crónicas, debates, entrevistas y perfiles entre otros. En la estructura empleada en estos programas tiende a establecerse un patrón que refleja una secuencia, que inicia con un cabezote en el que se declara quien financia el programa, se introducen los tópicos acompañados de una cortina y los locutores presentan a los invitados. Una vez se ha desarrollado este protocolo, una pregunta orientadora genera la conversación que puede llegar a convertirse en debate.

En otros casos se acude a la entrevista. De acuerdo a la coherencia de las preguntas, se determinará la fluidez de las respuestas de los entrevistados, que

---

<sup>4</sup>La emisora La OnceRadio, cuenta con el apoyo de estudiantes de la Fundación Universitaria Luis Amigó y de la Universidad de Medellín, quienes realizan allí prácticas y pasantías.

pueden ser funcionarios públicos, líderes juveniles y comunitarios, representantes de organizaciones sociales o habitantes del territorio.

La edición de los programas es determinante para el entretenimiento, al garantizar que la calidad del sonido, la musicalización y la preparación del guión correspondan con aspectos como la capacitación y el profesionalismo de sus miembros, así como el grado de compromiso y la capacidad de la emisora para brindar un producto de calidad, que a su vez se encuentre en condiciones de competir con las emisoras de este mismo carácter.

Lo anterior refleja que la calidad de los programas no depende del carácter comunitario del medio, además esto le da mayor relevancia a los asuntos tratados, los cuales se originan desde las particularidades de la comunidad y los intereses y necesidades que manifiestan. Desde esta perspectiva oscilan coyunturas relacionadas con el ejercicio de derechos y deberes ciudadanos, la movilización social, expresiones culturales y presentación de colectivos e iniciativas gubernamentales que impacten directamente a la comunidad.

Por otra parte, la permanencia al aire depende de la fidelidad que pueda establecer la audiencia respecto a las emisiones. Existe entonces, una relación proporcional entre la permanencia de los programas en las plataformas virtuales y la vinculación de la comunidad, pues en la medida en que se consoliden hábitos en la audiencia se garantizará la continuidad del programa al aire.

En cuanto a las temáticas tratadas, las piezas de apoyo y el lenguaje empleado tanto por los conductores, como por los invitados, están condicionados por la visión y el sector de la comunidad con el que principalmente busca identificarse. De esta manera se establecen vínculos de legitimidad y fraternidad que hacen loable la apropiación de las herramientas comunicativas y el empoderamiento ciudadano. Tales interacciones están mediadas por la presencia de instituciones que desde sus aportes financieros, permean la emisión de los mensajes y los contenidos que conforman la parrilla tal como se vio en los casos de 4Bits, Contacto10 y Voces de la 8, que a su vez coadyuvan a la atenuación de las

expresiones de denuncia, crítica, reivindicación u oposición, frente a la problemáticas existentes entre la sociedad civil y el Estado.

**3. Parrilla de programación:** A través del análisis que se ha desarrollado de la parrilla de programación de las cinco emisoras estudiadas, se logró encontrar que aunque todas emiten los contenidos que debe transmitir un medio comunitario, no siempre se genera un proceso de construcción de ciudadanía, ya que algunas veces no se propician espacios de diálogo y debate, que pongan en la mesa distintas ideologías, puntos de vista e intervenciones de distintos actores tanto desde la institucionalidad, como desde la comunidad directamente involucrada. Esto se evidencia en el caso de la emisora 4bits, la cual en la mayoría de las emisiones escuchadas emplea un formato de entrevista en el que los interlocutores pertenecen a la administración pública, dejando de lado la participación de la comunidad, configurándose como una versión institucionalizada de los asuntos tratados. Al llevar a cabo este formato, se demuestra un cuidado especial en la estética, incluyendo aspectos como la edición, la preparación del guión y el sonido, sin embargo en términos de fondo, no profundiza en las implicaciones que trae consigo cada tópico y por ende no propicia espacios de diálogo e interacción que conlleven a generar posiciones críticas en la ciudadanía del territorio en el que está inserto el medio.

De acuerdo con lo anterior, en términos de sostenibilidad, el formato, el género y el contenido se inclinan por dar mayor espacio a la versión formal de los temas, los cuales se manejan incluyendo la variedad de tópicos, sin embargo al mencionar estos aspectos no se evidencia una regularidad de los mismos y se hace evidente la imposibilidad de realizar un seguimiento, porque no existe un banco de programas de fácil acceso en el que se pueda identificar y rastrear la regularidad con la que se analizan algunos temas.

Desde esta perspectiva, la sostenibilidad no logra derivarse en desarrollo humano para la comunidad inmediata en la que se inscribe el medio, ya que la

participación política no se prioriza. A esto se suma, la poca movilización comunitaria para reivindicar su derecho a participar y a la comunicación, de manera que se debilita la incidencia de la emisora en los rumbos del grupo social y la producción de sentido sobre él.

En suma, la dimensión estética se constituye como un factor fundamental en la producción radial, pues no por ser una emisora comunitaria debe descuidar la calidad de sus programas, no obstante esto no garantiza la perdurabilidad del proyecto comunicativo, ya que si no existe una apropiación de los tópicos y de las necesidades de la comunidad por parte de los locutores, no se logrará establecer un vínculo de fraternidad y reconocimiento mutuo entre el medio y los oyentes. Esto se concreta en el caso de la emisora La Once radio, la cual ha instaurado una articulación con instituciones de la ciudad como la Universidad Luis Amigó, al vincular a los estudiantes de Comunicación en sus programas, desde la elaboración de guiones hasta la locución, pero refleja un formalismo en el que simplemente se elabora una entrevista, que no atiende a eventos situacionales, o a una interacción con el invitado en cabina de manera significativa. Además en algunas emisiones se identifica improvisación y desconocimiento del tema por parte de los entrevistadores, lo cual hace que los programas se tornen monótonos, pues no hay fluidez en la conversación, dado que se ciñen a un esquema determinado.

De la escucha de la muestra seleccionada de la parrilla, se constató que el género que predomina en todas las emisoras es el periodístico/informativo, a través de formatos como la entrevista, el panel, la crónica y el debate, siendo este último el predominante. Se caracteriza por la intervención de diversos actores y de un moderador, el cual en algunas ocasiones asume una posición que desdibuja el concepto neutral del moderador para inclinar las conclusiones de la discusión, como se presenta en los casos de la emisora Morada Estéreo, con el programa *Resistencias* que evidencia tonos más contestatarios.

Respecto a la posición que la emisora y sus miembros asumen durante el abordaje de las coyunturas y los contextos en los que se inscribe, se puede decir que está mediada por cuestiones relacionadas con el patrocinio y el respaldo de entidades públicas y privadas, que han establecido convenios con el medio. Para el caso de Morada Estéreo, uno de los programas tiene el apoyo de la Alcaldía de Medellín y el otro es exclusivo de la Fundación Casa de las Estrategias, estos son *Mucho que decir* y *Resistencias*, respectivamente, los tonos y formatos son cuidados con mayor precisión en *Mucho que decir*. En otras palabras, aunque el formato y las temáticas son similares, el programa *Mucho que decir* cuida el tono, al ser más tenue y su moderador tiende a asistir más las mediaciones de quienes hacen parte de la mesa de trabajo. En este punto, entra a jugar un papel importante la imagen institucional de la Alcaldía, razón por la cual en las emisiones de este programa los participantes deben ajustarse a parámetros y conductas que no vulneren la institucionalidad.

En el mismo sentido, la emisora Contacto 10, en el programa *Relatos de la 10*, en sus primeras emisiones cuenta con un cabezote que expresa el apoyo por parte de Presupuesto Participativo y la Secretaría de participación ciudadana, y muestra un tono sutil que frente a las problemáticas, asume una posición crítica, la cual se atenúa sin transgredir la imagen de la administración pública, pero que cambia en emisiones posteriores en las que se modifica el cabezote manifestando apoyo parcial de Presupuesto Participativo, lo cual coincide con un tono contestatario en los tópicos tratados.

Retomando los ejes de reflexión del proyecto comunicativo que involucran la estética, la perdurabilidad, la producción de sentido, la incidencia y la sostenibilidad, se hace necesario entender que todos deben confluir de manera transversal, pues si bien se debe tener en cuenta cuál es la manera más adecuada de llegar al público, también es necesario considerar la trascendencia de los mensajes que se emiten y la pertinencia en las prácticas cotidianas de la comunidad. Para esto se requiere, que el equipo humano de la emisora esté

comprometido con la producción de los programas y la gestión de los recursos, apuntando hacia una convivencia articulada con el desarrollo humano del territorio. En esta dinámica, es fundamental que el personal se prepare continuamente, evalúe sus prácticas orientándolas a la comunidad para que se convierta en un garante de la permanencia del medio.

- 4. Participación ciudadana:** En las algunas de las emisoras estudiadas se evidenciaron dinámicas de participación por parte de la comunidad, a través de procesos comunicativos que conceden un rol protagónico a los ciudadanos y que a su vez los exhortan a que asuman su responsabilidad en la transformación social, ejerciendo sus deberes y derechos para darle voz a todos los sectores que intervienen en el territorio. Así se ejecutan veedurías que buscan evidenciar las diferentes prácticas que puedan vulnerar los derechos de la comunidad. En el caso de la emisora 4Bits, se da un menor rol participativo en cabina y el desarrollo de programas a los miembros de la comunidad que no pertenezcan a una institución estatal. De esta manera se orienta a la divulgación de eventos de la comuna, dejando en un segundo plano los espacios de debate que conlleven a la construcción de nueva ciudadanía.

Todas las emisoras estudiadas, buscan darle relevancia a las diversas comunidades desde la inclusión, el respeto y el reconocimiento a colectivos culturales y de medios, minorías étnicas, población L.G.B.T.I., niños y jóvenes, organizaciones de mujeres y líderes comunitarios, lo cual se especifica en las fichas de identificación, en los componentes de Identidad y de Comunicación y Parrilla.

De acuerdo con lo anterior, estas emisoras comunitarias comparten la política, no siendo esto intencional, de no emitir contenidos relacionados con doctrinas religiosas, campañas y partidos políticos, así como mensajes que estén en contra de la integridad de cualquier persona, esto se garantiza a partir de una serie de instrumentos e instancias que tiene el medio en su estructura

organizativa, lo cual contribuye a una cultura política que se traduzca en acciones conscientes encaminadas a consolidar un verdadero sentido comunitario.

Por lo anterior, se observa que de las tres etapas explicadas en las que se da la construcción de ciudadanía (protagonismo de los ciudadanos, relevancia de diferentes tipos de comunidades y valorar la esfera pública para una nueva ciudadanía), desde las emisoras comunitarias se está apostando principalmente por incluir a grupos tradicionalmente marginados de los medios de comunicación, lo cual si bien es importante, no es suficiente para indicar que se está contribuyendo a la construcción de una ciudadanía que requiere que se garantice una esfera pública en la que sus miembros puedan desplegar sus libertades sociales, desde un verdadero protagonismo, expresado en su participación activa y efectiva en la producción de contenidos.

- 5. Estrategias de consolidación de la comunidad:** Las emisoras comunitarias analizadas, emplean diversas estrategias que permiten que la comunidad se convierta en protagonista al participar activamente del diseño y ejecución de líneas de acción de su proyecto comunicativo, que se concretan a través de la realización de talleres para sectores vulnerables como adultos mayores, adolescentes y mujeres cabeza de familia, lo que no excluye a otros sectores de la comunidad. Igualmente la formación a través de los semilleros, permite darle continuidad a la propuesta expresada en la plataforma estratégica de la emisora, lo que se convierte en la oportunidad para que la comunidad se apropie del saber y a su vez transforme su entorno; es decir se garantiza a futuro su sostenibilidad, dado que las personas que se capacitan se convierten en miembros del colectivo y da paso a una trascendencia generacional. En algunos casos se convocan a miembros de la comunidad para que propongan temáticas para programas, a partir de las situaciones que se estén presentando, vinculándolas a alguna serie radial, esto se ejemplifica en el proceder de emisoras tales como Contacto 10, Morada Estéreo y Voces de la 8.

Dichos procesos de formación se podrían favorecer gracias al respaldo de sitios web vinculados a la emisora como blogs, redes sociales, correos electrónicos o vía whatsapp, a través de los cuales se realizan sondeos, se posibilitan interacciones con aquellos que quieran participar en el desarrollo de las temáticas abordadas durante los programas. Estos recursos facilitan que se establezcan mediaciones para difundir información de interés para la comunidad, servicios sociales y convocatorias. Igualmente permiten preservar en archivos online, la producción radiofónica por medio de plataformas gratuitas disponibles en la nube, tales como mixcloud, sound cloud, o podcasts; particularmente 4Bits y Morada Estéreo, también tienen transmisión a través de la aplicación gratuita TuneIn Radio, para sistema Android, Windows Phone y IOS. Sin embargo no se evidencia una apropiación de estas herramientas por parte de las emisoras, de manera que les permita consolidarse como medio de comunicación, en constante interacción con sus oyentes, pues si bien en emisoras como Morada estéreo hay un incipiente uso de estos instrumentos, aun no existe una estrecha relación entre el medio y otras plataformas que lo visibilicen.

El estudio realizado, evidencia que el trabajo en red entre las emisoras, y entre estas y otros medios u organizaciones, se muestra con un mayor avance en Morada Estéreo y Contacto10.fm. Para el caso de Morada Estéreo, establece una red de editores de ciudad, en la que jóvenes de diferentes sectores de Medellín se suman al colectivo para promover la participación política; por su parte Contacto10.fm comparte contenidos con la Plataforma de Comunicaciones de la comuna 10 de la ciudad y con La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Lo anterior, permite que se establezcan nodos de comunicación entre grupos sociales que comparten perspectivas frente a las mismas problemáticas, dinámicas de reivindicación, retroalimentación y enriquecimiento de las prácticas que surgen alrededor de estos nodos.

Luego de analizar la relación entre la producción de contenidos y la sostenibilidad, que adelantan las emisoras comunitarias en su aporte a la construcción de ciudadanía y al

desarrollo humano en Medellín, pudimos encontrar que estos medios comprenden el tema de la sostenibilidad, bajo la perspectiva del factor financiero. Es decir, la cantidad de dineros que reciben condiciona la regularidad y la continuidad del proyecto político comunicativo. De esta manera en algunos casos, se ha interrumpido la emisión de programas debido a la falta de recursos, generados tanto desde la Alcaldía, sus secretarías, presupuesto participativo, como desde instituciones privadas, siendo estas últimas las que menos contribuciones realizan. Igualmente, al recibir aportes de estos mismos entes buscan atenuar el tono con el que se abordan las temáticas, adecuar los formatos de sus transmisiones y darle relevancia a las intervenciones de los invitados que representan a estas instituciones. Lo anterior indica que los contenidos si se modulan a partir de los dineros externos con los que cuenta el medio.

En consecuencia, en el 70.2% de las emisiones escuchadas, existe financiación de la Alcaldía de Medellín, y de instancias de participación como las comisiones de Planeación local y Presupuesto Participativo, evidenciando una dependencia por parte de las emisoras comunitarias estudiadas, lo cual obstaculiza la continuidad del proyecto comunicativo.

No obstante todas las emisoras retomadas en el presente análisis, prestan servicios a terceros con sus equipos, esto facilita la autogestión de recursos y el aprovechamiento de sus instalaciones, conocimientos técnicos y el principio de generación de conocimiento, pero no resulta suficiente para cubrir las necesidades del medio y demanda otras estrategias vinculadas al trabajo en red, que al no ejecutarse impiden la difusión de información, la retroalimentación y la vinculación con otros contextos de la ciudad.

En este mismo orden de ideas, los recursos obtenidos no se destinan a la capacitación de los miembros de la emisora en comunicación, formación comunitaria y gestión de proyectos, lo cual a largo plazo repercute en la perdurabilidad. Esto se evidencia a través de los ejes de la emisora que se orientan a la estética, la permanencia y la misma sostenibilidad, pues los programas se ven afectados en el ámbito que refleja el

sonido y la edición. En cuanto a la estabilidad de los programas y la emisora misma, no se genera filiación por parte de sus miembros, frente a lo establecido en su plataforma estratégica, así como sentido de pertenencia desde la comunidad hacia el medio.

Por ejemplo, las estrategias de consolidación en la comunidad, como semilleros y talleres de formación, se llevan a cabo de manera intermitente ya que quienes lideran estos espacios, en su mayoría son voluntarios que están de paso en la organización, por ende las actividades para consolidarse en la comunidad, no corresponden a una línea de acción de su plataforma estratégica, pues no son actividades planeadas, y no tienen continuidad.

Por esta razón, consideramos importante aclarar que la sostenibilidad no se limita al ámbito financiero, sino que también involucra lo social y lo organizacional, lo político-cultural y lo comunicacional, convirtiéndose de esta manera en un engranaje en el que cada uno de los elementos se vuelven pilares fundamentales cuya dinámica es recíproca y no admite una visión fragmentada de sus elementos, sólo transversalizando estos elementos a los procesos de una emisora comunitaria, es factible que se convierta en una empresa social sostenible, tal como lo han demostrado experiencias regionales y nacionales.

Este mismo hecho repercute en la participación de los miembros de la comunidad, pues al no encontrar una continuidad en los proyectos y un reflejo del trabajo planeado, quienes escuchan la emisora buscan alternativas que se dispongan en la competencia del medio.

En el caso de la emisora Voces de la 8, se realizan talleres organizados por un comité conformado por miembros del medio, quienes con antelación desarrollan un plan de trabajo en el que se convoca a la comunidad constantemente. En este tipo de convocatorias se evidencia una rigurosa elaboración de un plan de trabajo, que se ha logrado consolidar y que a su vez le ha otorgado al medio reconocimiento y prestigio,

sin embargo algunos aspectos que se relacionan con la elaboración de los programas, afectan la fidelidad de la audiencia, al tornarse monótonos o no representar los intereses de la gente.

En cuanto al eje de reflexión que comprende la perdurabilidad, se suma la dificultad que representa el acceso a los archivos y la fluctuación que tienen para ingresarlos a la plataforma virtual, pues el contar con archivos de apoyo y piezas que denoten interés por preservar la memoria histórica, facilita la preservación de este medio y lo convierte en símbolo identitario de la comunidad.

Por otra parte, aunque quedan claros los parámetros que se deben tomar en cuenta para considerar a una emisora como comunitaria, existe una necesidad constante de mejorar el medio y evaluarlo, en este mismo sentido, no basta con emitir contenidos o despertar el interés de la comunidad, si desde la manera como se abordan las temáticas, no se apunta a la construcción de ciudadanía desde espacios de debate, propositivos y críticos. Es así como aunque todas las emisoras estudiadas buscan darle protagonismo a distintos grupos sociales, no logran un impacto significativo y por ende el eje de incidencia se ve afectado, a raíz del uso reiterativo de géneros y formatos que no reflejan innovación o incluso a las preferencias de diversos públicos. En el caso de esta investigación, se encontró que la emisora Frecuencia Estéreo 88.4 f.m., del corregimiento de la ciudad de Medellín, de San Antonio de Prado, aunque se denomina comunitaria, su parrilla de programación, ejes de reflexión, temáticas, valores y principios y sus dimensiones, no corresponden a un proyecto político comunicativo de carácter comunitario.

Ante los hallazgos de la investigación consideramos que es necesaria una formación integral y constante de los equipos de trabajo de los grupos, en torno a la sostenibilidad, la autogestión y el verdadero significado de un medio comunitario, retomando la bibliografía que el mismo Estado ha dispuesto y el estudio de las experiencias de los demás departamentos, en lo referido al trabajo en red y en países de la región, en los que a pesar de no contar con un andamiaje legal como en

Colombia, perduran gracias a que la comunidad se reconoce en las emisoras como voceras y líderes comunitarias.

De esta manera se podrán instaurar líneas de acción, encaminadas a la capacitación organizacional y al trabajo en red entre las emisoras comunitarias de la ciudad, favoreciendo procesos de autogestión, disponibilidad de recursos financieros, humanos y técnicos, así como su impacto en distintas zonas de la ciudad, en las que sus habitantes compartan visiones, preocupaciones e iniciativas.

Lo anterior nos conduce a sugerir una serie de procesos que se pueden tener en cuenta para la puesta en marcha de un proyecto político comunicativo, dentro de los cuales se encuentran:

A los miembros de las emisoras comunitarias, se sugiere ampliar su formación, a través de redes de medios que permitan la construcción de saberes colectivos, para aminorar los costos económicos que representa el aprendizaje, en términos de matrícula y movilidad, lo cual refuerza las recomendaciones anteriormente mencionadas. A la comunidad se recomienda, mostrar mayor apropiación y compromiso con la emisora comunitaria, haciendo las veces de una veeduría ciudadana, procurando que el medio cumpla con su misión, de acuerdo a las experiencias, a la producción académica y a la ley.

A los organismos estatales, se recomienda clarificar las políticas de apoyo y formación a los medios comunitarios, entendido esto como una relación en la que los medios contribuyen a la legitimación consciente de la administración pública, desde ciudadanos propositivos que cuenten con un alto grado de cultura política, en contextos que realmente evidencien el desarrollo humano. Esto implica entonces, que el apoyo institucional, desde cualquier ámbito, no debe condicionar los contenidos emitidos.

Finalmente, queremos dejar abierta la invitación a que esta investigación, sumada a las que se han hecho sobre medios comunitarios y a los diagnósticos que se han generado en la ciudad de Medellín, suscite inquietud en las comunidades locales, 190 académicas y gubernamentales, relacionadas con alguna emisora comunitaria, acerca de la verdadera incidencia que dichos medios están generando sobre sus prácticas.

## CAPÍTULO 7

### 7.1 BIBLIOGRAFÍA

- Acción Cultural Popular. Sutatenza, . (s.f.).*
- Acero, L. (2010). *La programación de las radios comunitarias de los municipios fronterizos del estado Táchira en el 2010.*
- Acevedo Valencia, J. (2008). *Sistematización de experiencias proyecto: “Asociación de medios de comunicación ciudadanos y comunitarios de Medellín” - la REDECOM* –. Medellín.
- Acosta, G., & Garcés, Á. (2013). *Colectivos de Comunicación y apropiación de medios.* Medellín: Universidad de Medellín.
- ALER y AMARC ALC. (2008). *Viva la Radio.* Obtenido de <http://www.vivalaradio.org/gestion-radios-comunitarias/organizacion/07atrapa-suenos.html>
- Alfaro, R. M. (2000). *Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones. Razón y palabra.*
- Álvarez, M. (2008). El desafío de la radio comunitaria. *Anagramas. Vol 6 N 12, 59-75.*
- Arias, W. L., Barrera, M. A., Gaviria, C. A., & Rendón, L. M. (2009). *Hacia una propuesta de investigación para la elaboración de la programación de emisoras comunitarias en Medellín (Colombia).*
- Artigas, W., & Romero, M. (2013). *Radios comunitarias del municipio de Maracaibo. ¿Sostenibles?*
- Artigas, W., & Romero, M. (2013). Radios comunitarias del municipio Maracaibo ¿Autosostenibles? *TEACS, 67-78.*
- Berger, P., & Luckman, T. (1966). *La construcción social de la realidad.* Amorrortu.
- Biblioteca Luis Ángel Arango Banco de la República. (2012). [www.banrepcultural.org](http://www.banrepcultural.org). Obtenido de [http://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/boletin\\_cultural/issue/view/25](http://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/boletin_cultural/issue/view/25)

- Bringe, A. C. (2011). La comunicación para el desarrollo en Colombia, los últimos 20 años. En A. C. José Miguel Pereira G., *Comunicación, desarrollo y cambio social. Interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios* (págs. 57-79). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Cadavid, A., & Moreno, O. (2008). *Evaluación cualitativa de radio audiencias por la paz en el Magdalena Medio colombiano*.
- Caratti, A., & Cocco, R. (2010). Comunicação comunitária: Uma perspectiva de superação do monopólio da comunicação social no Brasil. *Ágora*, 91-100.
- Castellanos, I. (2015). Las voces enardecidas de la radio durante el bogotazo. *RCNRADIO*.
- Castells, M. (1996). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol I. La sociedad red*.
- Castells, M. (2002). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol II El poder de la identidad*. Madrid: Alianza .
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Cesar, W. (2013). *Uma História do Rádio No Rio Grande Do Sul*. Obtenido de <http://www.radionors.jor.br/2013/05/a-espm-de-sao-paulo-e-radio-sociedade.html>
- Chaparro, M. (Octubre-Diciembre de 2005). *Revista Telos*. Obtenido de <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloinstitution.asp?idarticulo=1&rev=65.htm>
- Cicilia M. Krholing Peruzzo, M. d. (2010). Rádio Comunitária e liberdade de expressao no Brasil. *Chasqui*, v. 109, 39-43.
- Cortina, A. (1999). *Los ciudadanos como protagonistas*. Barcelona: Círculo de lectores.
- Cortina, A. (2002). *Por una ética del consumo*. Madrid: Taurus.
- Cortina, A. (2005). *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid: Alianza .
- De Sousa, B. (2001). Los Nuevos Movimientos Sociales. *Debates*, 177-188.
- Donerlles, B. (s.f.). *Impresa engajada em movimentos comunitários*. Obtenido de [www.redes.com](http://www.redes.com)
- Fajardo, M., & Tibaduiza, F. (11 de noviembre de 2015). Sostenibilidad de las emisoras comunitarias. (L. B. Godoy, Entrevistador)

- Fajardo, M., & Tibaduiza, F. (11 de noviembre de 2015). Sostenibilidad de las emisoras comunitarias. (L. Bernal, & N. Godoy, Entrevistadores)
- Fondo de estudios sobre el pluralismo en el sistema informativo nacional, Conicyt-Chile. Escuela de Sociología. (2011). *Comprensión del fenómeno interrelacional entre productores de la radiodifusión comunitaria y audiencias comunales*.
- Galindo Cáceres, L. J. (1987). *Organización social y comunicación*. México: Premiá.
- García 1991, & en Rodríguez , R. (1998). *Revista latina de comunicación social*.  
Obtenido de [www.revistalatinacs.org](http://www.revistalatinacs.org)
- García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas: estrategias para salir y entrar de la modernidad*. México D.F.: Grijalbo.
- García Canclini, N. (2000). Industrias culturales y globalización. *Estudios Internacionales*, 90-111.
- García Canclini, N. (2000). Industrias culturales y globalización. *Estudios Internacionales*, 90-111.
- García Canclini, N. (2011). *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*. Obtenido de [www.gestioncultural.org](http://www.gestioncultural.org)
- García Canclini, N. (24 de Marzo de 2011). *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*. Obtenido de [http://www.gestioncultural.org/libros.php?id\\_documento=703](http://www.gestioncultural.org/libros.php?id_documento=703)
- García, F. (2006). *Modelo operativo de radio comunitaria como espacio promotor de la participación democrática, movilización social y autogestión comunitaria en comunidades vulnerables del departamento del Atlántico: estudio de caso*. Barranquilla.
- Garza García, F. J. (2010). *Panorama de las radios comunitarias en México: una alternativa de comunicación*.
- Gaviria, Y. (s.f.). *Radioblog*. Obtenido de <http://www.natureduca.com/radioblog/la-radio-en-colombia/>
- Guerrero, L., Queipo, B., & Useche, M. (2013). *Acciones de sostenibilidad de las radios comunitarias en el estado Zulia*.
- Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. En J. M. Pereira, & A. Cadavid, *Comunicación, desarrollo y cambio*

- social. Interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios* (págs. 19-35). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Gutiérrez, F., & Prado, C. (2013). *Ecopedagogia e cidadania planetária*. Cortéz editora.
- INTER PRESS SERVICE Agencia de noticias. (12 de Febrero de 2013). *ipsnoticias.net*.  
Obtenido de <http://www.ipsnoticias.net/2013/02/radios-comunitarias-democracia-y-desarrollo/>
- Irizar, L. (2007). Humanismo cívico: hacia una renovación humanista de la vida política (I). *Universidad Sergio Arboleda*, 113-123.
- Irizar, L., & Pérez Bernal, J. C. (s.f.). El ejercicio de la ciudadanía en las emisoras comunitarias de Bogotá: una mirada desde el humanismo cívico.
- Kejval, L. (S.F.). *Truchas: los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares argentinas*.
- Krohling, C. (1998). *Red de medios comunitarios, alternativos y libres*. Obtenido de <http://www.reddemedioscomunitariosalternativosylibres.8m.com/custom.html>
- Krohlin, C. (2007). *Rádio COMunitária, educomunicação e desenvolvimento local* (Vol. O retorno da comunidade: os novos caminhos do social.). (R. Paiva, Ed.) Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil: Mauad.
- Krohling Peruzzo, C. (2001). Comunicación comunitaria y educación para la ciudadanía. *Signo y Pensamiento*, 82-93.
- Krohling Peruzzo, C., & Oliveira Volpato, M. (2010). Rádio Comunitária e liberdade de expressao no Brasil. *Chasqui*, v. 109, 39-43.
- Krohling, C. (2006). Mídia e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil. *Anuário internacional de comunicação lusófona*, 141-169.
- Krohling, C. (2008). Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária:revisitados. No setor. *Palavra chave. Vol 11 N. 2*.
- Krohling, C. (s.f.). Medios de comunicación comunitarios.
- Krohling, C. (S.F.). *Red de medios comunitarios alternativos y libres*. Obtenido de [www.reddemedioscomunitariosalternativosylibres.8m.com](http://www.reddemedioscomunitariosalternativosylibres.8m.com)
- Krohling, P. (2007). Radio comunitaria, educomunicación y desarrollo social. *Contratexto*.

- Lamas, E. (Noviembre de 2003). *FESCOMUNICACION América Latina*. Obtenido de FESCOMUNICACION América Latina: <http://www.fesmedia-latin-america.org/>
- Lamas, E. (2003). *Gestión integral de la radio comunitaria*. Quito: FES/ promefes.
- Lamas, E. (22 de Diciembre de 2015). (N. Godoy, & L. Bernal, Entrevistadores)
- Llano 2009, A., en Irizar, L. B., & Pérez Bernal, J. C. (2014). El ejercicio de la ciudadanía en las emisoras comunitarias de Bogotá: Una mirada desde el humanismo cívico. *Revista Universidad Sergio Arboleda*.
- López Vigil, J. I. (9 de Octubre de 2015). Radio Comunitaria. (N. Godoy, & L. Bernal, Entrevistadores)
- López Vigil, J. I., & Arriola Iglesias, T. (2015). *Claves para la producción de contenidos de paz*. Cali: MINCULTURA.
- López, J. I. (9 de Octubre de 2015). Radio Comunitaria. (N. Godoy, & L. Bernal, Entrevistadores)
- Maigrét, E. (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. México: Fondo de cultura económica.
- Mata, M. C. (2011). COMUNICACIÓN POPULAR: Continuidades, transformaciones y desafíos. *Revista Oficios Terrestres*, 1-22.
- Mata, M. C., & Scarafia, S. (1993). *Lo que dicen las radios: una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. Quito: Aler.
- Max-Neef, M. (1998). *Desarrollo a escala humana*. Barcelona: nordan comunidad, Icaria.
- Merayo, A. (2008). *La radio en Iberoamerica: Evolución, diagnóstico y prospectiva*. Cegal.
- MERAYO, M. (2008). La radio en Iberoamérica: evolución, diagnóstico y prospectiva. *Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación N. 8*.
- Meyer, & Wodak, R. (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa.
- Milan, S. (2006). Medios Comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo. *Investigación y Desarrollo. Vol 14, Núm 2.* .
- Ministerio de Comunicaciones. (Noviembre de 2007). *Política de Radiodifusión sonora comunitaria*. Bogotá, Cundinamarca, Colombia.

- Ministerio de las TIC y Ministerio de Cultura. (Diciembre de 2010). *las fronteras cuentan*. Obtenido de [www.lasfronterascountan.com](http://www.lasfronterascountan.com)
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicación. (Diciembre de 2010). *Radioteca.net*. Obtenido de Radioteca.net:  
[http://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013\\_09/cartilla3.pdf](http://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_09/cartilla3.pdf)
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones; Ministerio de Cultura. (Diciembre de 2010). *Las fronteras cuentan*. Obtenido de  
<http://www.lasfronterascountan.com/app/download/12121722178/libro+la+radio+comunitaria+empresa+social.pdf?t=1433536066>
- Mora, C. (2011). *Formas de participación en las radios comunitarias habilitadas del Táchira: estudio de campo*.
- Moreno, M. Á. (2008). El desafío de la radio comunitaria. *Anagramas*. Vol 6 N 12, 59-75.
- MUÑOZ, M. L. (2008). Evolución histórica del radioperiodismo en Antioquia. *Rev. Lasallista Investig.* Vol.5 N.1.
- Natura. (30 de abril de 2015). <http://www.natureduca.com/radioblog/la-radio-en-colombia/>. Recuperado el 27 de abril de 2015, de <http://www.natureduca.com/radioblog/la-radio-en-colombia/>
- Osses, S. (2002). *Nuevos sentidos de lo comunitario: La radio comunitaria en Colombia*. México D.F.
- Peruzzo, C. K. (2007). Radio comunitaria, educomunicación y desarrollo social. *Contratexto* .
- Ramírez Cáceres, J. D. (2010). *Radios comunitarias en Chile: las paradojas de su propiedad*.
- Ramos, V. (s.f.). La Radio Comunitaria frente a los grupos de poder. *Razón y palabra* N.59.
- Ramos, V. M. (2007). La radio comunitaria frente a los grupos de poder. *Razón y Palabra*.
- RESTREPO, T. (2003). *Medios y Nación. Historia de los medios de comunicación en Colombia. VII Cátedra anual de historia*. Santa fé de Bogotá: Aguilar.

- Revilla Blanco, M. (1996). El concepto de movimientos social: acción, identidad y sentido. En la última década. N.5.
- Revista cara y Señal. (3 de Enero de 2007). *Biblioteca sobre radios*. Obtenido de Biblioteca sobre radios:  
<https://radioformateca.wordpress.com/2013/11/05/sostenibilidad-economica-cara-y-senal-revista-de-la-asociacion-mundial-de-radios-comunitarias-america-latina-y-caribe-amarc-alc-seccion-gestion-radios-comunitarias-organizacion/>
- Rocha, C. (2008). La radio comunitaria en Colombia: de la industria cultural a construcción de lo público. *Polemikós*, 12-13.
- Rodríguez Muñoz, C. (2012). *Lo comunitario en la radio comunitaria: análisis crítico del discurso en el lenguaje informativo utilizado por emisoras comunitarias*.
- Romano, M. B. (2015). El estudio del escándalo político en la prensa: Una propuesta teórico-metodológica desde el análisis crítico del discurso. *Revista Lenguaje*, 35-55.
- Romano, Maria Belén. (Junio de 2015). El estudio del escándalo político en la prensa: Una propuesta teórico metodológica desde el análisis crítico del discurso. *Scielo*, 43(1).
- Romo Gil, M. C. (1987). *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*. México: ITESO.
- Rosario 2011, A., en Perez, J. C., & Irizar, L. B. (2013). *CEDAL Comunicación educativa*. Obtenido de [www.cedal.org.co](http://www.cedal.org.co)
- RUEDA, E. (2005). Acción Cultural Popular, Sutatenza, Boyacá. *Biblioteca Virtual del Banco de la República*.
- Salamanca Uribe, J. (2012). El nacimiento de las industrias culturales. *Credencial*.
- Sartori, G. (2007). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. México D.F.: Punto de lectura.
- SEMANA. (2008). 9 caras del 9 de abril. *SEMANA*.
- SEÑAL MEMORIA. (30 de abril de 2015). [www.senalmemoria.gov.co](http://www.senalmemoria.gov.co). Recuperado el 28 de abril de 2015, de La radio de los destrozos - Memoria del 9 de abril de 1948 <http://www.senalmemoria.gov.co/index.php/home/historias-de-radio/item/83-radio-de-los-destrozos>

- SICA. (2008). Evolución histórica del radioperiodismo en Antioquia. *Revista Lasallista de Investigación*, 54.
- STAMATO, V. (2005). Días de Radio. *Credencial Historia*.
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Tilly, C. (2010). *Los movimientos sociales, 1768-2008. Desde sus orígenes a Facebook*. Barcelona: Crítica.
- Tordini, X. (2014). Obtenido de [agenciapulsar.org](http://agenciapulsar.org):  
[http://agenciapulsar.org/amarcalc/publicaciones/wp-content/uploads/sites/2/2014/04/Cara-y-se%C3%B1al-06\\_completa.pdf](http://agenciapulsar.org/amarcalc/publicaciones/wp-content/uploads/sites/2/2014/04/Cara-y-se%C3%B1al-06_completa.pdf)
- Tordini, X. (2014). *agenciapulsar.org*. Obtenido de  
[http://agenciapulsar.org/amarcalc/publicaciones/wp-content/uploads/sites/2/2014/04/Cara-y-se%C3%B1al-06\\_completa.pdf](http://agenciapulsar.org/amarcalc/publicaciones/wp-content/uploads/sites/2/2014/04/Cara-y-se%C3%B1al-06_completa.pdf)
- UNESCO. (1980). *Informe Macbride : Un solo mundo voces múltiples*.
- Universidad de Antioquia, Comfenalco, Gobernación de Antioquia, Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia. (2014). *Plan Departamental de Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios 2014-2020*. Medellín.
- Universidad de la Sabana. (2015). *La importancia de la estrategia en dos entidades con diferentes enfoques de comunicación y educación: la emisora comunitaria Alegría fm estéreo de Tocancipá y el Centro interdisciplinario de estudios sobre desarrollo de la Universidad de los Andes, CIDER*.
- Universidades: Javeriana, del Norte, de Oklahoma y British Columbia. (2004-2007). *Sistematización de experiencias de comunicación y medios ciudadanos. Caso de AREDMAG*.
- Uranga, W. (S.F.). *¿Existe una ciudadanía comunicacional? en el cruce de la política y la comunicación*.
- Valdés, M. (2012). Entrevistas. En J. C. Bernal, *Ser ciudadano en la radio* (págs. 81-82). Bogotá: Universidad Sergio Arboleda.
- Valle Flórez, M. (2012). Medios alternativos de Medellín. [1] Recuento histórico 1987-2012. *Revista virtual Luciérnaga año 4 N 7.*, 36-46.

- Valle Flórez, M. M. (2012). Medios Alternativos de Medellín Diagnóstico 2005-2006. *Revista Virtual Luciérnada*.
- Van Dijk, T. A. (15 de Enero de 1994). *geocities.com*. Obtenido de [http://www.geocities.com/estudiscurso/vandijk\\_dpcc.html](http://www.geocities.com/estudiscurso/vandijk_dpcc.html)
- Villate, C. (2013). *Aproximaciones al uso de Tics para el cambio social en radios comunitarias de Colombia y Chile*.
- Virilio, P. (s.f.). *Velocidad e Información. Alarma en el ciberespacio*. Obtenido de [http://ateneu.xtec.cat/wikiform/wikiexport/\\_media/cursos/curriculum/interniv/dv36/paulvirilio.pdf](http://ateneu.xtec.cat/wikiform/wikiexport/_media/cursos/curriculum/interniv/dv36/paulvirilio.pdf)
- Wodak, Ruth; Meyer, Michael compiladores. (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa.
- Wodak,; Meyer, . (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa.

## 7.2 CIBERGRAFÍA

- [http://tesis.luz.edu.ve/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=2598](http://tesis.luz.edu.ve/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2598)
- <http://www.flacso.edu.mx/biblioiberoamericana/TEXT/MCS/46169.pdf>
- <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/665/22515943.pdf?sequence=1>
- <http://www.redalyc.org/pdf/860/86011409018.pdf>
- <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/download/4538/3500>
- [http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/116053/Villate%20Camila\\_2013.pdf?sequence=1](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/116053/Villate%20Camila_2013.pdf?sequence=1)
- <http://www.observatorioducatel.cl/wp-content/uploads/2010/04/Investigaci%C3%B3n-radios-comunitarias.pdf>
- [http://tesis.luz.edu.ve/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=2598](http://tesis.luz.edu.ve/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2598)
- [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N82/V82/05\\_UsecheQueipoGuerrero\\_V82.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N82/V82/05_UsecheQueipoGuerrero_V82.pdf)
- <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/1528>
- <http://www.bdigital.unal.edu.co/8769/1/396260.2012.pdf>

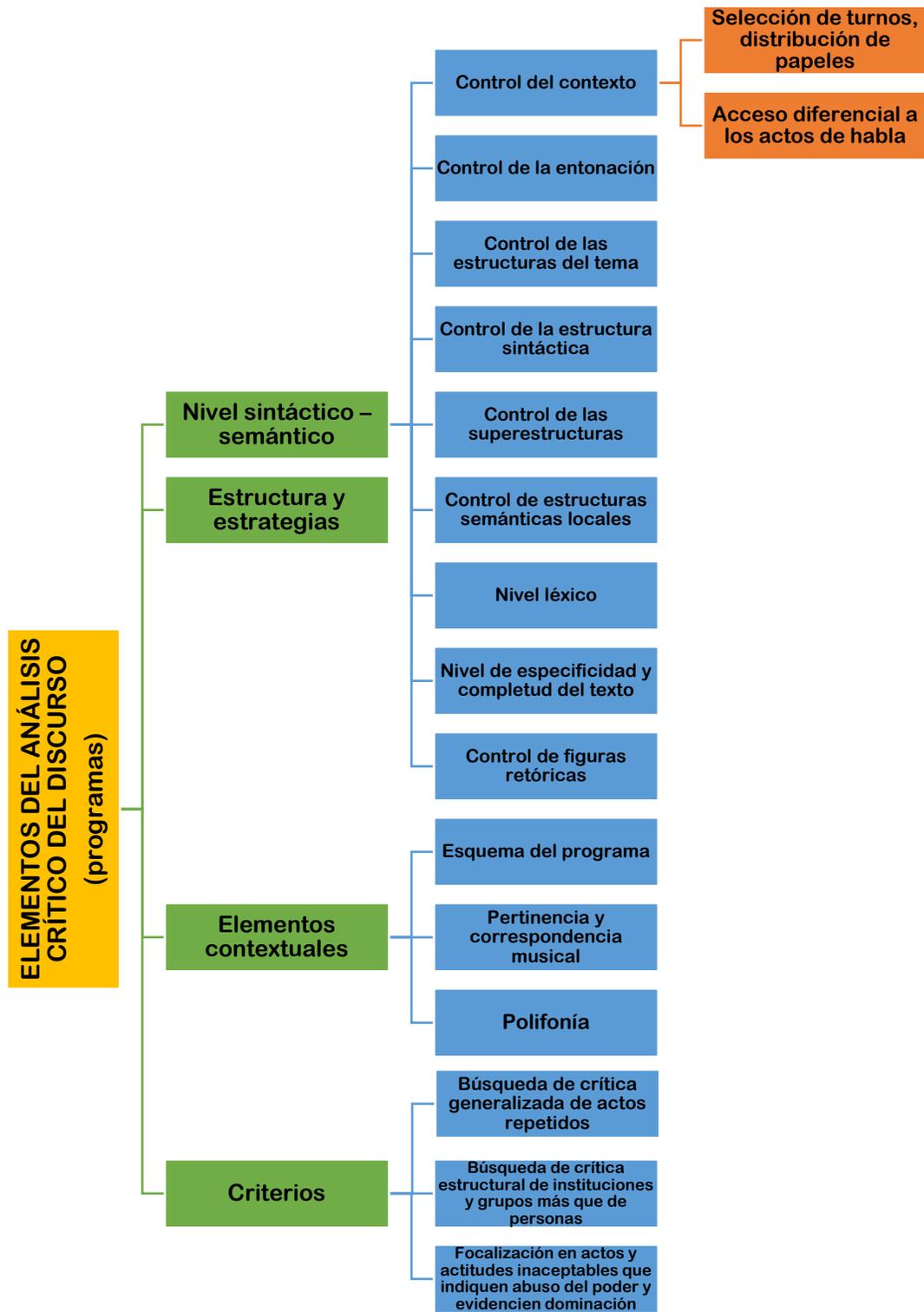
- <http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/numero8/Articulos/Formato/articulo10.pdf>
- [http://www.lasallista.edu.co/fxcu/media/pdf/Revista/vol5n1/Rev\\_lasallista\\_V5N1\\_51-60\\_radioperiodismo.pdf](http://www.lasallista.edu.co/fxcu/media/pdf/Revista/vol5n1/Rev_lasallista_V5N1_51-60_radioperiodismo.pdf)
- [http://centroderecursos.alboan.org/ebooks/0000/0925/6\\_ACE\\_SIS.pdf](http://centroderecursos.alboan.org/ebooks/0000/0925/6_ACE_SIS.pdf)
- <http://cdigital.dgb.uanl.mx/te/1080194734.pdf>
- <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/35-revista-dialogos-la-radio-una-relacion-comunicativa.pdf>

# ANEXOS

## 1. Análisis crítico del discurso (ACD)

ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO					
MARCO METODOLÓGICO	A C D				
OBJETO DE ESTUDIO	PROGRAMA RADIAL				
TIPO DE ANÁLISIS	ANÁLISIS DISCURSIVO		ANÁLISIS CRÍTICO		
TIPO DE PRÁCTICA Y/O PERSPECTIVA	TEXTUAL Y DISCURSIVA		DISCURSIVA	SOCIO-CULTURAL	DISCURSO SOCIOCULTURAL COGNITIVA
UNIDAD DE ANÁLISIS	TEXTO Y DISCURSO		DISCURSO	ESTRUCTURA SOCIAL	DISCURSO Y ESTRUCTURA SOCIAL
CATEGORÍAS DE ANÁLISIS	RECURSOS LINGÜÍSTICOS	ESTRATEGIAS DISCURSIVAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producción</li> <li>- Interdiscursividad</li> <li>- Intertextualidad (polifonía-referencia)</li> <li>- Particularidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contexto situacional</li> <li>- Acontecimiento discursivo</li> <li>- Contexto institucional</li> <li>- Contexto político</li> <li>- Contexto social</li> <li>- Contexto cultural</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Poder</li> <li>Ideologías</li> <li>Representaciones sociales</li> <li>Frames</li> <li>Actores</li> <li>Acción</li> </ul>
	DISCURSIVOS	IDEOLÓGICAS			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proceso Verbal</li> <li>- Agentes y Circunstancias</li> <li>- Tema-Rema</li> <li>- Selección léxica</li> <li>- Implicaturas</li> <li>- Presupuestos</li> <li>- Recursos polifónicos</li> <li>- Topoi (generalizaciones)</li> <li>- Figuras retóricas</li> <li>- Giros idiomáticos</li> <li>- Insinuaciones</li> <li>- Actos de habla</li> <li>- Frecuencia-Ausencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Legitimación-Deslegitimación</li> <li>- Presentación positiva-negativa</li> <li>- Evaluación</li> <li>- Naturalización</li> <li>- Autorización</li> <li>- Nominación</li> <li>- Predicación</li> <li>- Justificación</li> <li>- Narrativización</li> <li>- Rectificación</li> <li>- Estereotipación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Síntesis</li> <li>Emisora</li> </ul>	HILO DISCURSIVO	

## 1.1 Dimensiones del discurso Van Dijk



Fuente: Van Dijk (1994)

## 2. Entrevista miembros de las emisoras (guión)

### EMISORAS COMUNITARIAS, CIUDADANÍA Y CONTENIDOS.

**Investigadoras:** Luisa Alexandra Bernal Aponte y Natalia Godoy Toro  
**Universidad de Medellín**  
**Facultad de Comunicación**  
**Maestría en Comunicación**

La entrevista que se plantea a continuación se desarrolla con el fin de conocer, mediante el diálogo con los participantes activos de la emisora, el desarrollo de contenidos y elementos propios de la emisora comunitaria. En este caso, la emisora \_\_\_\_\_, que funciona en la(s) comuna(s) \_\_\_\_\_ del municipio de Medellín. La información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial, solo será utilizada para los propósitos de la investigación. Agradecemos su colaboración

#### **Información del entrevistado**

¿Cuál es su nombre y que cargo que ocupa dentro de la emisora?  
¿Hace cuánto tiempo pertenece al equipo de la emisora?

#### **Estructura organizativa y contexto de formación y desarrollo de la Emisora Comunitaria**

1. Describa el perfil de los integrantes de la emisora
2. Describa cuál fue el contexto, en el cual surgió la emisora?
3. ¿Podría describir su objetivo como medio comunitario?
4. ¿Cuentan con horizonte institucional, es decir, misión, visión, valores corporativos? Si lo hacen, bajo qué criterios se fundamentan y quién o quiénes lo diseñaron?
5. ¿Existe relación entre el logo y el lema de la emisora, y su carácter comunitario? Si es así, ¿podría describirla?

#### **Contenidos de la parrilla y relación con la comunidad**

6. ¿Quiénes se encargan de generar la parrilla, los contenidos?
7. ¿Los contenidos de los programas apuntan a las necesidades de las comunidades, a coyunturas nacionales e internacionales, o a ambas?
8. ¿Describe las causas y criterios para realizarle cambios a la parrilla de programación?
9. ¿Conservan los archivos de los programas? Si la respuesta es afirmativa, de cuáles, durante cuánto tiempo y Bajo qué criterios?

**Muchas gracias por su contribución.**

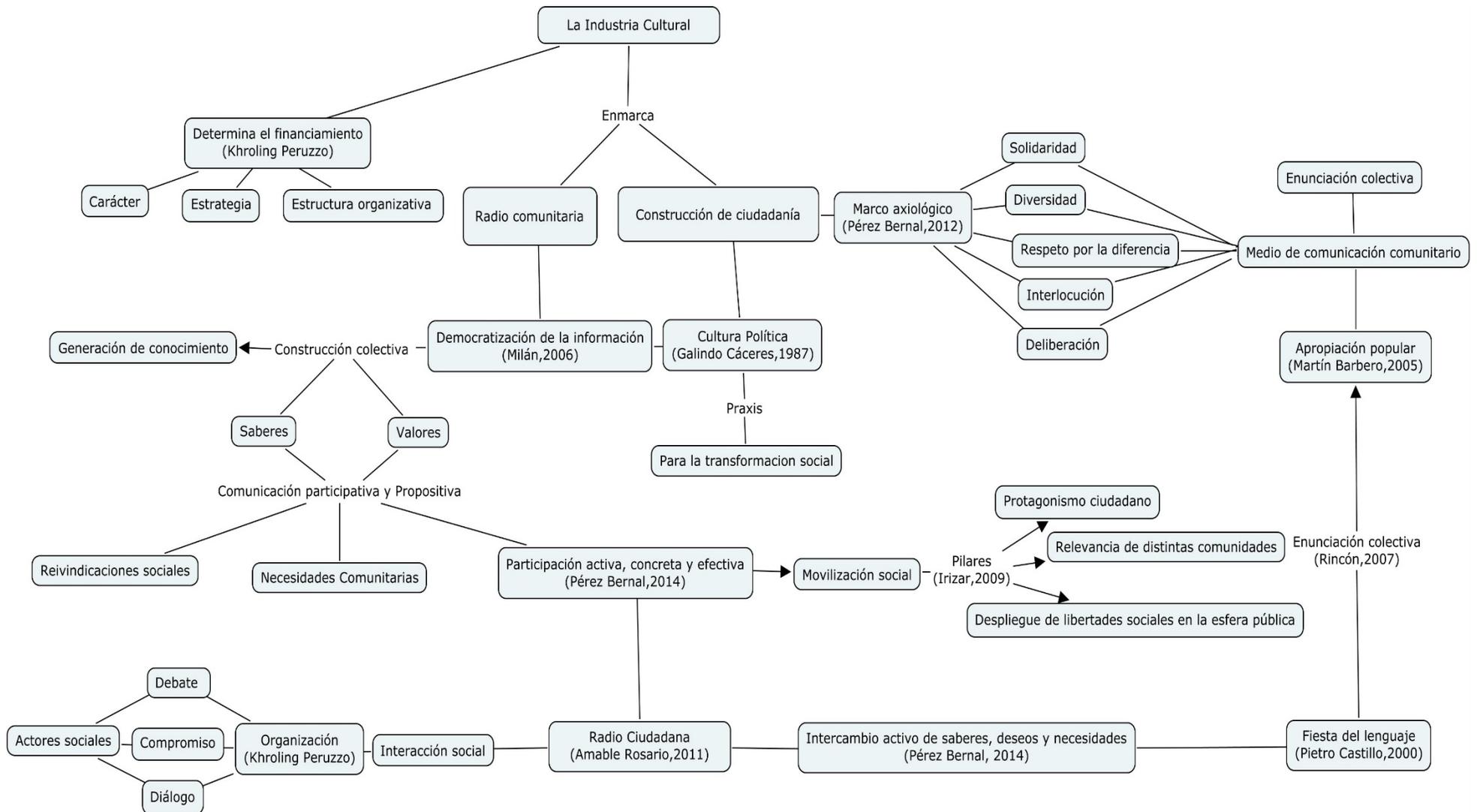
**Fecha de realización** \_\_\_\_\_ **Lugar** \_\_\_\_\_

### 3. Dimensiones del discurso radiofónico

Fuente: Mata & Scarafia (1993)



## 4. Conceptos



Fuente: Elaboración propia

## 4.1 Conceptos clave



Fuente: Elaboración propia

## 4.2 Fichas bibliográficas

TEMA		AUTOR	TITULO
<b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS</b>		<b>Mónica María Valle Flórez</b>	<p>Valle Flórez, Mónica María (2012). MEDIOS ALTERNATIVOS DE MEDELLÍN [2]: Diagnóstico 2005–2006. Revista Virtual Luciérnaga, Año 4, N8. Grupo de Investigación en Comunicación, Facultad de Comunicación Audiovisual, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Medellín–Colombia. ISSN 2027-1557. Págs. 51-57.</p> <p>Diagnóstico de los Medios Alternativos y Comunitarios de Medellín (2005–2006). Alcaldía de Medellín–COMFAMA. Valle Flórez Mónica–Investigadora.</p>
SUBTEMA			
PALABRAS CLAVES			
Medios comunitarios, red de medios, presupuesto participativo			
REFERENCIAS			
Editorial			
Ciudad	Medellin		
Fecha	2012		
Páginas	51-57		
Otras	Revista Luciérnaga. Facultad de Comunicación Audiovisula. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Año 4. Edición 8		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los medios comunitarios, generan en la comunidad credibilidad, sentido de pertenencia y manejo informativo. En general, desde las expectativas de la comunidad, han respondido a sus demandas.</li> <li>• Se genera reconocimiento e identificación, en la medida en que son mediadores culturales, empoderan a la comunidad y contextualizan la información</li> <li>• Los medios alternativos de Medellín son espacios de socialización de diferentes actores e ideologías, son espacios propicios para narrativas y estéticas diferentes a la de los medios masivos. “En el proceso de cambio de imaginarios los medios pueden ayudar a inventar otro futuro, ver otra realidad”</li> </ul>	
		MEDIOS ALTERNATIVOS=MEDIOS COMUNITARIOS	

Fuente: Elaboración propia.

TEMA		AUTOR	TITULO
COMUNICACIÓN		Manuel Castells	<b>Comunicación y Poder: Capítulo 3 Redes de Mente y poder</b>
SUBTEMA		<p>Los temas políticos se vuelven importantes sobre todo cuando despiertan sentimientos entre los votantes.</p> <p>Brader: <i>La emoción y la información están relacionadas. El contenido y los argumentos a menudo deben transmitir un mensaje general...El mensaje ha de indicar a los votantes qué les debe causar miedo o esperanza y, en muchos casos, lo que los votantes deben hacer con dichos sentimientos...Las emociones no son una mera extensión del argumento. Confieren fuerza al argumento, no tanto por hacerlo más convincente como por reorientar la atención y motivar el pensamiento a actuar. Las emociones nos envían señales para decir: " Esto es importante". Y la rapidez de nuestras respuestas emocionales permite que este proceso sesgue cómo interpretamos la información que recibimos, para bien o para mal".</i> Es decir, la forma simultánea, las emociones despiertan el razonamiento, enmarcan la comprensión y movilizan la acción bajo los marcos mentales transmitidos por el mensaje construido. Sin embargo, los efectos de los mensajes emocionales varían según el contexto en el que se reciban. (210). Como la mente se va formando con la experiencia, la propaganda política y las campañas políticas intentan conectar imágenes concretas con experiencias concretas para activar o desactivar las metáforas que pueden motivar el apoyo a un actor político determinado. Los ciudadanos toman decisiones gestionando conflictos (a menudo inconscientes) entre su situación emocional y su situación cognitiva. La política emocional es tan solo una dimensión de la inteligencia afectiva, el acto reflejo de seleccionar la mejor opción para nuestro ser reflexivo. Los materiales básicos que conforman la opinión pública son de tres tipos: valores, disposiciones del grupo e intereses materiales personales. (211)</p> <p>OJO ¿?? Cuanta más educación tengan los ciudadanos, mejor podrán interpretar la información disponible de forma que respalde sus preferencias políticas predeterminadas. Esto es debido a que un mayor grado de conocimiento proporciona a la gente más recursos intelectuales para una autorracionalización que apoye sus interpretaciones erróneas inducidas por las emociones...La motivación es pues un factor clave para modelar la manera en que los individuos</p>	
Comunicación y psicoanálisis			
PALABRAS CLAVES			
REFERENCIAS			
Editorial	Alianza Editorial		
Ciudad	Madrid		
Fecha	2011		
Páginas	194,		
Otras			

Fuente: Elaboración propia.

TEMA		AUTOR	TITULO
Identidades territoriales. Comunas culturales de la era de la información. Globalización, informacionalización y movimientos sociales. La globalización y el estado. La política informacional y la crisis de la democracia.		<b>Manuel Castells</b>	<b>La era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol.2 El poder de la identidad.</b>
SUBTEMA		<p><b>Identidades territoriales:</b> En la sociedad red, para la mayoría de los actores sociales, el sentido o la identificación simbólica en torno a una identidad primaria, es decir que enmarca al resto, que se sostiene por si misma a lo largo del tiempo y el espacio. La construcción social de la identidad siempre tiene lugar en un contexto marcado por las relaciones de poder: <b>Identidad legitimadora:</b> desde las instituciones dominantes de la sociedad. La gente debe participar en movimientos urbanos mediante los cuales se descubren y defienden los intereses comunes, se comparte en cierta medida la vida y puede producirse nuevo sentido. Organización autónoma desde la localidad ante el fracaso de los partidos para contrarrestar la explotación económica.</p> <p><b>Identidad de resistencia:</b> actores estigmatizados. <b>Identidad proyecto:</b> los actores sociales construyen una nueva identidad que redefine su posición en la sociedad.</p> <p><b>Resurgimiento del Nacionalismo:</b> Resurge a pesar del "debilitamiento" del estado-nación debido a la globalización de la economía y la internacionalización de las instituciones políticas, el universalismo de una cultura en buena parte compartida, difundida por los medios de comunicación electrónicos, la educación, la alfabetización, la urbanización y la modernización...Si el nacionalismo es frecuentemente una reacción contra una identidad autónoma amenazada, en un mundo sometido a la homogeneización cultural por la ideología de la modernización y el poder de los medios de comunicación globales, la lengua como expresión directa de la cultura, se convierte en la trinchera de resistencia cultural, el último bastión del autocontrol, el refugio del significado identificable.(75)</p>	
PALABRAS CLAVES			
REFERENCIAS			
<b>Editorial</b>	Alianza Editorial.		
<b>Ciudad</b>	Madrid		
<b>Fecha</b>	1998		
<b>Páginas</b>			
<b>Otras</b>			

Fuente: Elaboración propia.

## 5. Definiciones

### RADIOS

Radios alternativas: Otro nombre muy usado. Alternativa significa con "otro origen" y muchas veces se refiere a lo distinto. Otro origen, otra estética, otras formas<sup>1/4</sup> Interesante aunque es una definición que pone en lo central del otro lado, quedando con una función "secundaria".  
Lo "alternativo" no implica necesariamente una propuesta comunicacional y de sociedad propia, sino una oferta que es "otra" y difiere de los medios "tradicionales".

Radios populares: Reivindicamos el concepto de lo "popular" como un concepto político. Lo popular tiene que ver con el lugar donde se sitúa nuestro discurso. Donde nos paramos. Lo popular –el pueblo– son los trabajadores, los explotados, Los excluidos.. Connota un enfrentamiento con el "poder", la "elite" o "la gente" como ahora se acostumbra decir... Es cierto, sin embargo, que no se puede confundir lo popular con baja calidad, con pobre, con precario y menos con chabacano o grosero. Ubicarse en y desde "lo popular" es identificarse con los intereses de los desposeídos, de los explotados.

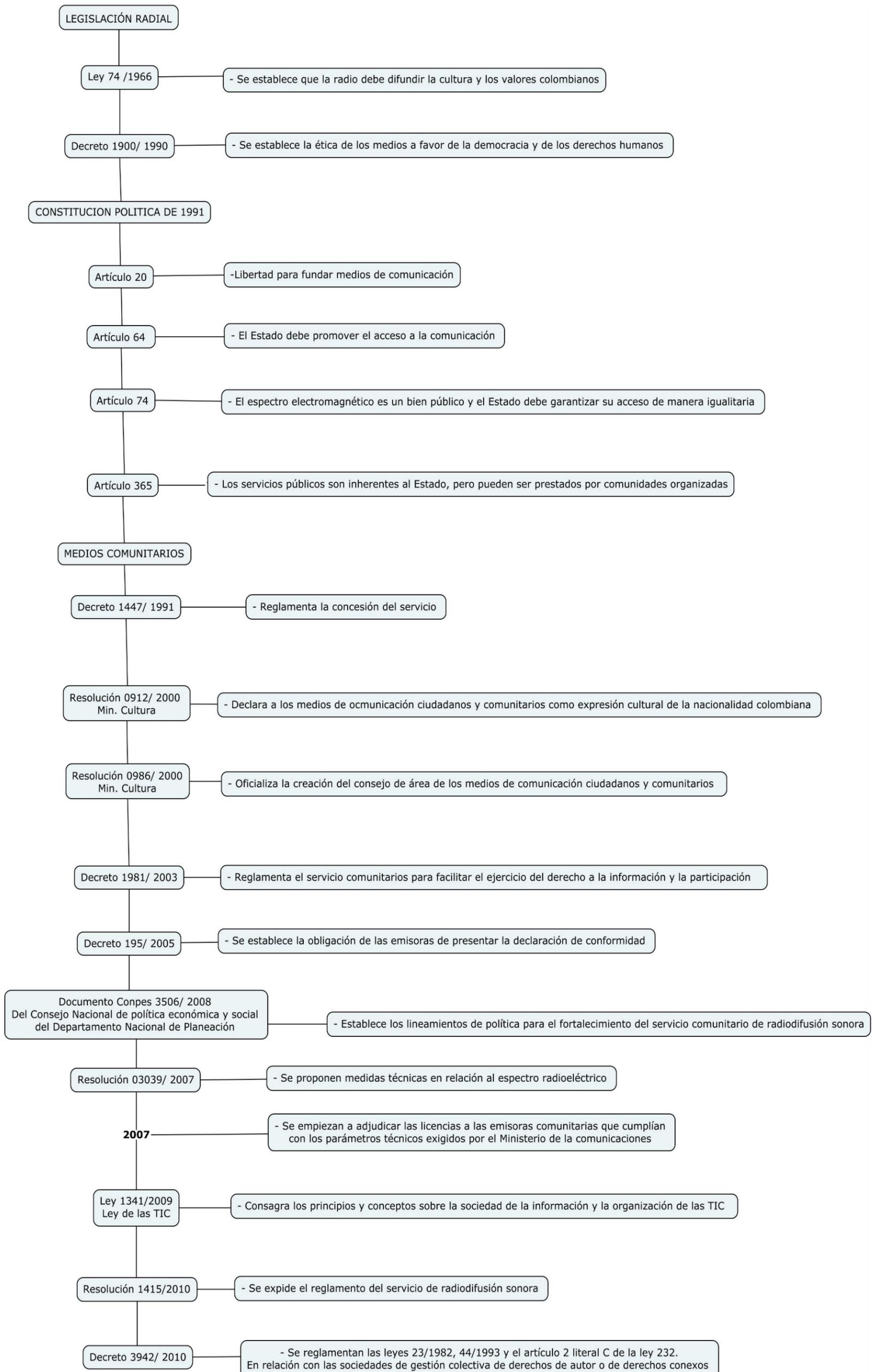
Radio Ciudadana: Se define como ciudadana en la medida que su misión se relaciona directamente con el ejercicio de derechos ciudadanos. Esto es válido para las zonas urbanas, suburbanas o rurales. El ejercicio de los derechos humanos, entre ellos el derecho a comunicarse es una reivindicación y un ejercicio que nuestras radios han buscado históricamente. La RADIO COMUNITARIA Y CIUDADANA se define por la comunidad de intereses compartidos que representa y por los objetivos político-culturales, comunicacionales y empresarios coherentes con esos mismos intereses.

Radio Comunitaria: cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésa es una radio comunitaria.  
No se someten a la lógica del dinero ni de la propaganda las emisoras que así se denominan. Su finalidad es distinta, sus mejores energías están puestas al servicio de la sociedad civil. Un servicio, por supuesto, altamente político: se trata de influir en la opinión pública, de inconformar, de crear consensos, de ampliar la democracia. En definitiva -y por ello, el nombre de construir comunidad

Referencia: Agencia Latinoamericana de Información (ALAI)

Fuente: Elaboración propia.

## 6. Legislación



Fuente: Elaboración propia.

## 7. Resumen Entrevistas a Expertos

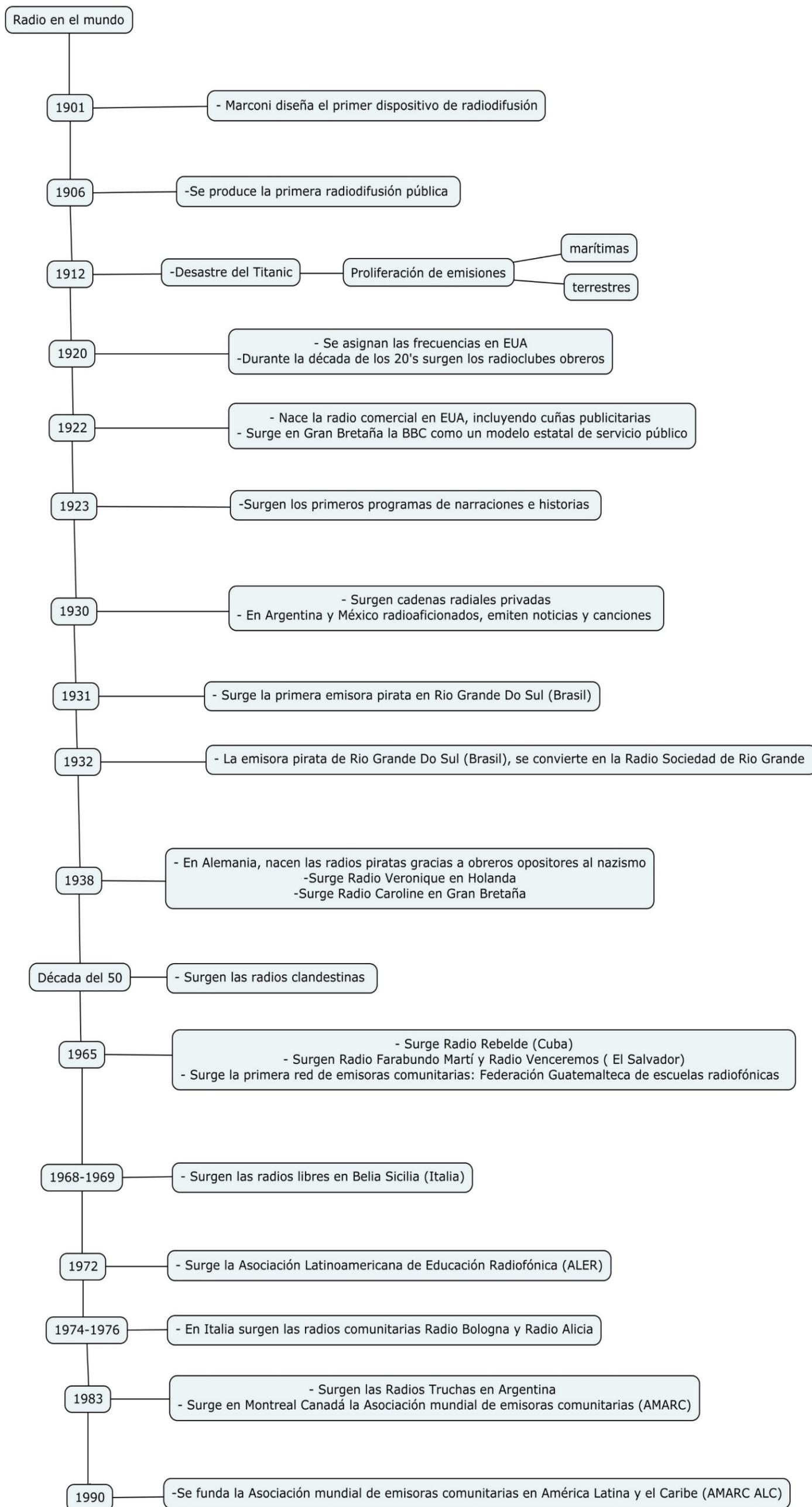
ENTREVISTADO	CARGO	INSTITUCIÓN	DEFINICIONES/CONSIDERACIONES
José Ignacio López Vigil	Coordinador	Centro de producción radiofónica de radialistas apasionados y apasionadas (Quito, Ecuador)	<p>Actualmente se apuesta por la diversidad en la radio comunitaria: <i>el lenguaje entre más diverso sea mejor es.</i></p> <p>El radialista tiene la posibilidad de <i>devolver una palabra que fue robada. La misión de una radio comunitaria es devolver la palabra robada a nuestros pueblos para que hablen con voz propia.</i></p> <p>PERFIL DE UN RADIALISTA: <i>Ser locutor es facilitar la palabra popular.</i></p> <p><i>El soporte no es el que hace que una radio sea radio...con tranquilidad podemos decir que una radio online es una radio, que transmite sus contenidos a través del soporte de internet, pero el internet también está en el espectro electromagnético. Lo que hace que una radio sea radio es la interacción con la audiencia. Interacción no es lo mismo que participación. Una radio pública responde al gobierno, una radio comunitaria no se debe al Estado ni al mercado, se debe a la comunidad, precisamente por eso debe ser pluralista porque la comunidad es plural.</i></p> <p><b>Ciudadanía:</b> <i>La condición de todo ser humano de igualdad en dignidad y en derechos.</i></p> <p><i>Una radio comunitaria debe devolverle la voz a todos los sectores.</i></p> <p><b>Sostenibilidad:</b> <i>Es un reto. El camino para resolverlo es concebir a la radio como un centro cultural en el que hay un montón de actividades, donde la radio funciona y tienes en ese centro una cafetería, centro de baile...tienes ingresos propios.</i></p>

<p><b>Lina Gallo y Ana María Gallo</b></p>	<p><b>A.G:</b> Interventora de medios Alcaldía de Medellín. <b>LG:</b> Comunicador a UdeA</p>	<p><b>A.G.:</b> Alcaldía</p>	<p><b>LG:</b> <i>Es muy importante que haya una organización independiente porque si no se vuelve una emisora del alcalde o de la oposición. La radio comunitaria tiene un campo de acción muy local, tiene solamente 200 vatios. La realidad es que el Ministerio a quien le exige formatos y requisitos es a la radio comunitaria y a las de interés público, desde el Ministerio siempre es la mirada desde lo sancionatorio. Ya ha ido cambiando esto. Muchas veces se van por el camino de la comunitaria porque les sale más barato, se organizan para que les den una licencia, pero empieza el problema del sostenimiento, no hay equipo formado, se quedan en el afán del día a día y en la música. La gente no sabe qué la diferencia de la radio comercial y de interés público.</i></p> <p><i>Uno puede hablar de radio ciudadana cuando es una radio incluyente, cuando aporta a la construcción de ciudadanía. Para tener una emisora comunitaria debe ser una corporación comunitaria, tener un proyecto comunicativo y que se asigne un espacio en el espectro. La radio comunitaria debe comunicar lo que ningún otro medio no comunica, esa es la esencia de la comunicación en lo local. Se supone, que a partir de un proyecto comunicativo, tendría que poder hacer un mapeo de sus actores e intereses de la comunidad.</i></p> <p><b>AG:</b> <i>Ante las dificultades de la radio comunitaria análoga, surge la emisora digital, sin la licencia, con un alcance a nivel mundial y que se apoyan desde presupuesto participativo. El enfoque de lo comunitario es que visibilice lo concierne a todos, por lo tanto no se debe tildar del medio pobre, victimizado, dependientes. Se debe buscar la manera de generar contenidos de calidad. La emisora comunitaria debe estar adscrita a una corporación, debe tener un contenido incluyente, sin estar dirigida a un tipo de religión o proselitismo político, debe visibilizar lo que sucede en cada comuna, si es orientado desde el PP, está prohibido.</i></p> <p><i>En algunas comunas funciona la mesa de comunicación, pues gira en torno a la gestión de recursos, de manera independiente, sin articulación. Se busca que no sean ppendientes. Una emisora puede seguir siendo comunitaria sin tener que ser dependientes del Estado, se debe tener una capacidad instalada y ser autogestores, es decir, que tengan un plan de trabajo y una proyección. Desde la secretaría de comunicación se busca implementar una metodología para aprender a gestionar recursos y contenidos. 2004 400 millones 2015 4000 millones. El presupuesto que se aporta a los medios comunitarios, depende de los intereses de los miembros de la JAL.</i></p>
--	---	------------------------------	---

<p><b>Fernando Tibaduiza</b></p>	<p><b>(Gerente)</b></p>	<p><b>RESANDER</b></p>	<p><i>La sostenibilidad la interpretamos de manera integral desde lo social, lo organizativo y lo económico. (40-55). Así va a encontrar un mapa económico y social en el municipio y se establece una relación con los actores sociales del municipio, vamos a encontrar una posibilidad para poder elaborar el proyecto social, el proyecto comunicativo para la radio. Es fundamental la cartografía social, articulada a una propuesta cultural comunicativa que se traduce en la parrilla de la programación. La estructura organizacional debe ser flexible, y que contemple la parte técnica, legal y empresarial. Por otra parte la parte económica, articulada a las demás. Se busca encontrar estrategias que se traduzcan en la parte de contenidos y en la parte económica.</i></p> <p><i>Un programa, según ALER, debe tener incidencia, y no solo audiencia, imitando a la radio comercial; la estética y la producción de sentido, es decir, que realmente genere un cambio y una transformación. Si la emisora desarrolla esas competencias tiene la capacidad de gestionar y no depender de un Plan de Desarrollo, y presentar propuestas técnicas.</i></p> <p><i>Las radios virtuales no están reglamentadas, son de libre uso.</i></p>
<p><b>Miguel Fajardo</b></p>	<p><b>( Director del CENTRO DE ESTUDIOS EN ECONOMÍA SOLIDARIA)</b></p>	<p><b>UNIVERSIDAD DE SAN GIL</b></p>	<p><i>La comunicación es un derecho y no un proyecto económico. Existen tres tipos de medios:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><i>1. Medios Públicos, organizados por el Estado.</i></li> <li><i>2. Medios comerciales, cierto periodismo con vinculación a un proyecto económico e ideológico. Este periodismo está vinculado a lo escandaloso.</i></li> <li><i>3. Medios comunitarios.</i></li> </ol> <p><i>La dependencia de los medios comunitarios no está en los recursos, está en la mente, en qué quiero hacer con el medio. La radio ciudadana, es un proyecto social que necesita ser sustentable para sostenerse en el tiempo. Ciudadanaías híbridas, dos tendencias la que tiene que ver con las decisiones de Estado, y las que tiene que ver con la comunidad. La construcción social se hace metiendo a la radio en las veedurías, MOE, manifestaciones, así, es construcción política. Uno de los fines de la radio comunitaria es promover el Desarrollo Humano, haciendo seguimientos al Plan de Desarrollo Municipal, desde las veedurías ciudadanas. La sostenibilidad es un problema ideológico. Es una sostenibilidad ideológica, a largo plazo. Así, el proyecto político comunicacional es fundamental para la sostenibilidad en la radio.</i></p> <p><i>Una emisora es una plataforma que emite mensajes y como plataforma emite mensajes, entonces puede tener página web, boletín, centro de producción, megáfono, la emisora es más rica.</i></p>

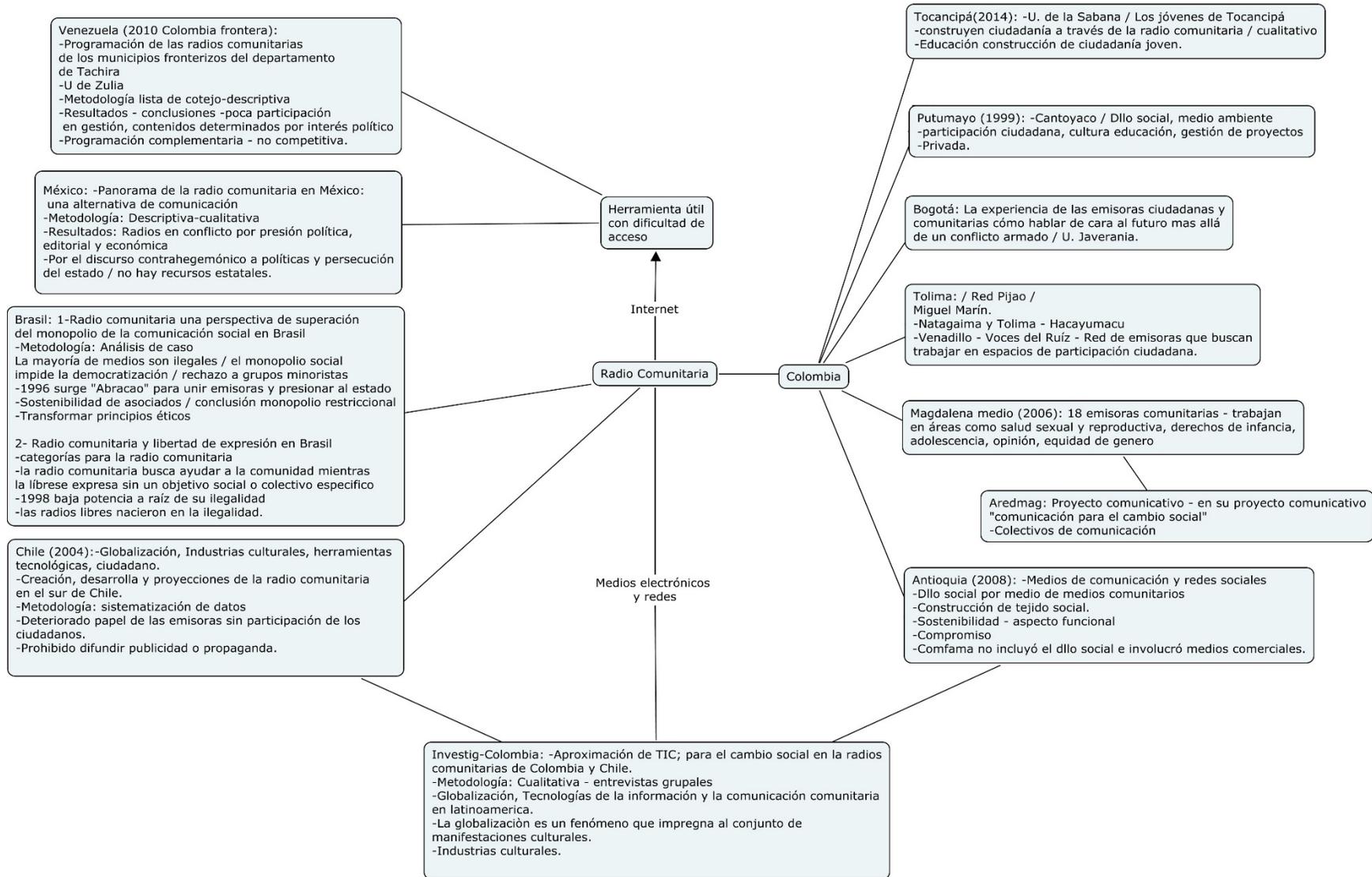
Fuente: Elaboración propia.

## 8. Línea del tiempo: La Radio en el Mundo



Fuente: Elaboración propia.

## 9. Investigaciones sobre Radio comunitaria



Fuente: Elaboración propia.

## 10. Redes Latinoamericanas de Emisoras Comunitarias

PAIS	RED	#EMIS AGRUPA	SOSTENIBILIDAD	ROL DEL ESTADO	CARACTERÍSTICAS DE LA EMISORA COM.	CONTENIDOS
ARGENTINA	FARCO	91	Intercambio libre de producción y de manera conjunta. Son gestionadas de manera democrática y participativa por asociaciones civiles, vecinales, cooperativas y sindicatos. Reciben apoyo financiero gubernamental por medio de FOMECA y se le ha concesionado el 33% del espectro electromagnético.	Reglamentado por la ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisuales. A partir del 2001 recibieron reconocimiento de derechos legales y económicos.	Consolidar a la comunicación como derecho humano sin perseguir fin lucro. Se diferencia de la comercial en su <b>forma de propiedad y objetivos</b> . Busca la participación comunitaria, e involucrar al pueblo en la interpretación de los hechos.	Tiene un enfoque propio. Editorializa
BRASIL	PORTAL ABRAÇO	S.D.	Carácter social y de gestión pública. Las emisoras deben pertenecer a entidades comunitarias sin fines lucrativos. Da apoyo cultural y publicidad a las pequeñas empresas comunitarias. Debe desarrollar mecanismos para su manutención buscando <b>autonomía financiera, sin vínculos de dependencia</b> . Debe mantener sus equipos adecuados, para no perjudicar la emisión de las otras emisoras comunitarias.	No reconoce a las radios comunitarias y no las apoya financieramente.	Busca la defensa y práctica de la democracia en la sociedad, desde la <b>democratización</b> de la comunicación.	Deben representar a toda la comunidad, sin proselitismo. Debe haber pluralidad de opinión, y mantener un grado de programación variada que permita el debate de ideas y el acceso de las entidades, movimientos y personas de la comunidad.
CHILE	ANARCICH (Asociación Nacional de Radios Comunitarias y Ciudadanas de Chile)	300	Son autónomas, independientes y autogestionadas. Gestionadas por organizaciones sociales sin fines de lucro. Sostenibles por medios de donaciones, auspicios, patrocinios, publicidad comercial, aportes de la comunidad y ejecución de proyectos. Realiza una rendición de cuentas anual.	Reglamentadas por la Ley 20433 del 25 de Abril de 2010 de Radiodifusión comunitaria y ciudadana. Dicha ley aún no entra en vigencia.	Buscan contribuir a la <b>democratización de la comunicación y la información</b> . Son centros de debate y diálogo entre la autoridad y la gente, donde se construye ciudadanía desde la incidencia en las agendas públicas locales.	Socioculturales ciudadanos, de Desarrollo social y libertad de expresión. Prohíbe el proselitismo político y religioso.
COLOMBIA	RECORRA 1996	300 radios y 12 redes departamentales			<b>Democratizar el ejercicio de la comunicación.</b>	
EL SALVADOR	ARPAS 2000 (Asociación de radios y programas participativos de El Salvador)	21	Prestan servicios de: Alquiler del estudio, grabación, producción, edición, transmisión y capacitación.	Son ilegales ante el Estado.	Desde la población rural, promueven la participación, organización, desarrollo y <b>democratización</b> .	
ECUADOR	CORAPE 1990 (Coordinadora de radio popular educativa del Ecuador)	7 redes nacionales. 45 radios en 21 de las 22 provincias del país.	Prestan servicios de: Producción, capacitación, asesoría. <b>Canaliza en red, recursos financieros y técnicos.</b>	Existe una política pública avanzada.	Busca conseguir participación ciudadana, en el proceso de reconocimiento, validación e identificación con la cultura de sus pueblos para la <b>democratización de la comunicación</b> .	En los programas se habla en español y en quichua. Tratan temas de género, equidad, cultura, identidad, salud, ecología y derechos humanos.
GUATEMALA	FGER 1965 (Federación guatemalteca de Escuelas Radiofónicas)	S.D.	Realiza investigaciones y estudio sobre el consumo de medios para <b>medir el impacto y aceptación de las emisoras</b> . Analizan el perfil, la capacitación y profesionalización de los equipos humanos.		Fomenta una educación integral, el desarrollo de las comunidades y de una identidad nacional. Las definen como una <b>empresa social</b> que busca la <b>sustentabilidad económica, social y cultural</b> .	Radio cultural y educativa. Promueve la justicia, la equidad y la espiritualidad <b>crisiana y maya</b> .
MEXICO	AMARC MEXICO 1992	15 con licencia y 35 proyectos radiofónicos en total.	Presta el servicio de: profesionalización, gestión de proyectos sociales, asesoría legal y administrativa.	No cuentan con reconocimiento legal.	Buscan la <b>democratización de la información</b> .	Dependen de los temas de la agenda social.
PERÚ	Coordinadora Nacional de radio 1978	79 pertenecen y 450 aliadas.	Puede contratar con proyectos financiados por entidades financieras nacionales e internacionales. Presta servicio de diseño y ejecución de planes de medios, producción, edición, elaboración de guiones y capacitación.	Son legalmente reconocidas por el Estado	Buscan promover la <b>democracia y el desarrollo de las comunidades</b> . Se consideran educativas y comunitarias.	Programas sobre salud, educación, medio ambiente y programas de apoyo gubernamental. Se transmiten en español, quechua, aymara y lenguas nativas amazónicas.
URUGUAY	ECOS. FEDERACIÓN DE RADIOS COMUNITARIAS. 1996.	S.D.	Son experiencias sin fines de lucro que poseen una gestión colectiva sin condicionamiento, político, estatal y religioso.	Han sufrido persecución por parte del Estado. La Federación no es reconocida por el Estado.	Buscan la <b>democratización de las comunicaciones</b> .	
URUGUAY	AMARC URUGUAY	S.D.	No pueden alquilar o vender ningún espacio de la radio a iglesias, partidos políticos, instituciones o particulares.		Buscan la <b>democratización de las comunicaciones</b> .	
VENEZUELA	ANMCLA (Asociación Nacional de medios comunitarios libres y alternativos)	S.D.		Es oficialista. Algunas otras redes son perseguidas por el Estado.		

Fuente: Elaboración propia

## 11. Tabla de síntesis inicial

Tabla de análisis		
Emisora: 4 Bits		
Responsables: Andrés Martínez		
Programa/Emisión	Fragmento	Análisis
<b>Experiencias de participación:</b> Un espacio dedicado a conocer los testimonios de habitantes y el impacto del PP en la comuna 4, Aranjuez	Benoni Jiménez Fonegra: Presidente de Asocomunal (27:11)	<b>P.P, muy buena edición y calidad de sonido</b>
	<i>PP es una estrategia que busca que nosotros los ciudadanos a través de un ejercicio democrático priorice los recursos públicos en las comunas. ..El Consejo de pp, es un consejo no decisivo, en última instancia la tiene la administración según las viabilidades técnicas y el recurso en cada uno de los territorios (4:09). Hacer acciones colectivas, conjuntas y de impacto a nivel de la comuna (10:26) Si la gente no participa no hay control sobre la administración de los recursos</i>	
<b>Experiencias de participación:</b> Un espacio dedicado a conocer los testimonios de habitantes y el impacto del PP en la comuna 4, Aranjuez.	Fecha: S.F. 2014 Hellen María Álvarez Berrío, Deyanile Varela (Secretaría de inclusión social y familia) 27: 41	Cabezote PP recursos priorizados por la comisión de convivencia y participación. El locutor entrevista e interviene promoviendo la participación y en la unidad de etnias para priorizar recursos. Cierre PP recursos priorizados por la comisión de convivencia y participación, más slogan de la Alcaldía
	<i>La comuna 4 ha sido muy reiterativa en priorizar recursos para adultos mayores y personas con discapacidad (11:30-11:37) Desde la Secretaría se brinda principalmente un apoyo económico, debido a la vulnerabilidad de este tipo de población Desde la comisión si se ha priorizado de manera correcta las unidades que han logrado ejecutar. Hay una nueva unidad, unidad de etnias, Ya desde la comuna 4 se empezaron a priorizar recursos con la población afro. Mientras en otras comunas aún no han priorizado recursos para esta unidad. (15:42-16:22) Locutor: Es muy importante realmente que la gente conozca esta unidad, para que empiecen a priorizar...para que tengan en cuenta a esa población que está habitando actualmente en el sector de Moravia. (18:43-19:00) Se está manejando desde la Política Publica el programa de restablecimiento de derechos de la población LGBTI (22:35-22:39) Locutor: Desde PP realmente estamos encontrando lo que se necesita, que la gente participe y que la gente visibilice cuáles son esas prioridades que tiene la comuna 4. (24:39-24:49) La gente en ocasiones no participa porque no quiera sino porque no se informa, porque no le llega la información y para eso estamos los medios alternativos los medios comunitarios, en este caso 4bits.</i>	

<p><b>Experiencias de participación:</b> Un espacio dedicado a conocer los testimonios de habitantes y el impacto del PP en la comuna 4, Aranjuez.</p>	<p>Fecha: S.F. 2014 Francisco Murillo Flores. Edil JAL Comuna 4 30:03</p> <p><i>La JAL está ubicada en el Barrial...un punto central de la comuna. Está conformada por seis miembros...y el trabajo nuestro es hacer veedurías a todo lo que tenga que ver con recursos públicos (12:07-12:39)</i> <i>Que la gente realmente trabaje por el bien de la comunidad no solamente por el bien propio (14:29-14:32)</i> <i>Queremos trabajar con la comunidad y que se acerquen (22:58-23:03)</i></p>	<p>Cabezote PP recursos priorizados por la comisión de convivencia y participación. Cierre PP recursos priorizados por la comisión de convivencia y participación, más slogan de la Alcaldía</p>
<p><b>Experiencias de participación:</b> Un espacio dedicado a conocer los testimonios de habitantes y el impacto del PP en la comuna 4, Aranjuez.</p>	<p>Fecha: S.F. 2014 Federico Hernández Cabildante Mayor de la Comuna 4 31:07</p> <p>La función del cabildante mayor es representar todos los adultos mayores, en este caso de la comuna 4. <i>El primer beneficio de PP de la comuna 4 para el adulto mayor, es que los adultos mayores sean participativos.</i></p>	<p>Cabezote PP recursos priorizados por la comisión de convivencia y participación. Cierre PP recursos priorizados por la comisión de convivencia y participación, más slogan de la Alcaldía</p>
<p><b>Hablando a 4bits:</b> 30 minutos para que conozcas más a quienes te rodean. Un espacio donde tu voz es la protagonista.</p>	<p>Fecha: S.F. 2014 Diana Carolina Villarraga: Conducción Andrés Fernández: Producción Invitada: Andrea Ferraro Reyes Vocera Ong Revive (Trabaja con Moravia) 19:42</p> <p>Revive es una Ong finlandesa que trabaja en líneas medio ambientales, artísticas y de equidad de género, desde la educación, la música. <i>La equidad lo que pretende... es establecer unos aspectos de equilibrio...que hayan las mismas posibilidades para ambos. (17:19-17:31)</i></p>	<p>Cabezote PP recursos priorizados por la comisión de convivencia y participación. Cierre PP recursos priorizados por la comisión de convivencia y participación, más slogan de la Alcaldía</p>
<p><b>Hablando a 4bits:</b> 30 minutos para que conozcas más a quienes te rodean. Un espacio donde tu voz es la protagonista.</p>	<p>Diana Carolina Villarraga: Conducción. Invitado: Andrés Marin Coordinador Metodológico Medellín se toma la palabra. 31:29</p> <p><i>Es un proyecto que busca que conversemos sobre temas de interés público de la Universidad de Antioquia y la Alcaldía de Medellín... en espacios para disertar, para disentir, para llegar a acuerdos. Un espacio donde las opiniones se abrazan. (2:58-3:11)</i> <i>Conversar implica una acción concreta de participación democrática, de transformación de ciudad (4:42-4:47)</i> La igualdad es el reconocimiento de una común humanidad. Reconocer la igualdad en el acceso a las oportunidades</p>	<p>Cabezote PP recursos priorizados por la comisión de convivencia y participación. Cierre PP recursos priorizados por la comisión de convivencia y participación, más slogan de la Alcaldía Pieza de apoyo en un microprograma de Medellín se toma la palabra, sobre la ciudad soñada y la equidad.</p>
<p><b>Hablando a 4bits:</b> 30</p>	<p>Diana Carolina Villarraga: Conducción.</p>	<p>Cabezote PP recursos</p>

minutos para que conozcas más a quienes te rodean. Un espacio donde tu voz es la protagonista.	Andrés Martínez y Alejandro Pérez: Control Invitado: Jonatan Bustamante Comunicador P Vecinos 30:30	priorizados por la comisión de convivencia y participación. Cierre PP recursos priorizados por la comisión de convivencia y participación, más slogan de la Alcaldía Participación en vivo a través de la cuenta de Twitter
	Programa del Isvimed, en su componente de comunicación, surge el periódico comunitario, llegando a la Comuna 4. <i>Aprender no solo en los temas de redacción por ejemplo en la fotografía...llegar a un nivel de funcionamiento colectivo más allá de depender de nosotros como institución para que funcionen ellos como un colectivo propio comunitario, sean autosuficientes tengan una capacidad instalada para que puedan seguir trabajando en el periódico.</i> <i>Los recursos vienen de Isvimed...tiene un rubro para la capacitación y la emisión, por eso inicialmente no tiene publicidad.</i> <i>Tenemos la capacidad de llevar a la gente información que la gente no va a encontrar en los medios tradicionales...tenemos los temas, tenemos las personas que nos pueden llevar a esa información y en este momento tenemos el medio el medio en este momento.</i> (18:41-19:18)	
<b>Hablando a 4bits:</b> 30 minutos para que conozcas más a quienes te rodean. Un espacio donde tu voz es la protagonista.	Diana Carolina Villarraga y Andrés Martínez: Conducción. Andrés Martínez: Control y Dirección Invitado: Yerson González sobre Batidas Ilegales, integrante de colectivo Caos, relacionado con el antimilitarismo 42:13	Cabezote PP recursos priorizados por la comisión de convivencia y participación. Cierre PP recursos priorizados por la comisión de convivencia y participación, más slogan de la Alcaldía
	El antimilitarismo es un llamado a los hombres para cuestionarse en una sociedad patriarcal. Negarnos a rechazar un sistema cultural instalado en la cotidianidad. Ser objetor es desacomodarse de un rol de hombres y mujeres.	

Fuente: Elaboración propia

<b>Tabla de análisis</b>		
<b>Emisora: Contacto 10fm</b>		
<b>Responsables: Lizbeth Montoya (Andrea Zañudo y Juan Esteban Martínez)</b>		
<b>Programa/Emisión</b>	<b>Fragmento</b>	<b>Análisis</b>
<b>RELATOS DE LA 10:</b> La organización social y política, un derecho de las mujeres.(04) Presupuesto participativo, Planeación Local	Fecha: S.F. Relatos de la 10 es una Revista Radial producida por la Fundación SUMAPAX, a través de www.contacto10.fm, que busca reconstruir la memoria histórica de la Comuna 10-La Candelaria a través de las voces de todas las personas que la habitan. Relatos que ayuden a construir las historias de la ciudad, que promueva la construcción del tejido social y la transformación de los entornos.	<b>Calidad del sonido.</b>

	<p>Relatos de la 10 es un espacio radial creado gracias a los aportes del programa de Planeación Local y Presupuesto Participativo de la Alcaldía de Medellín, para la Plataforma de Comunicaciones de la Comuna 10</p>	
	<p>Estas organizaciones surgen porque hay necesidad de ellas, sino, no existiría (4:22) Esos tercetos hechos que suceden en América Latina, hacen visible y legítimo el trabajo que hacen estas organizaciones(5:58)</p>	
<p><b>Junta Administración Local:</b> un espacio de encuentro para trabajar por la Comuna 10. Presupuesto participativo, Planeación Local</p>	<p>Fecha:S.F.</p>	<p><b>Calidad del sonido.</b></p>
	<p>Juan Guillermo Posada (Edil comuna 10) El centro estaba muy abandonado por parte de las últimas administraciones...el actual alcalde está empeñado en recuperar el centro en términos de seguridad(7:48) ...Participemos activamente en todos los procesos de nuestra ciudad, no esperemos a que los demás decidan por nosotros(14:53)</p>	
<p><b>Plan de Desarrollo local:</b> en la diferencia también se puede organizar el desarrollo de la Comunidad.</p>	<p>Fecha:S.F.</p>	<p><b>Calidad del sonido.</b></p>
	<p>La primera articulación se hace con el plan de desarrollo municipal, ahí nos enmarcamos y ahí nos visibilizamos, teniendo en cuenta macroproyectos (9:56) ...El presupuesto participativo no alcanza para ejecutar el 100% del plan, ...lo que falta es vender nuestro plan, el comité busca organización de cooperación internacional para financiar nuestros proyectos.(19:30)</p>	
<p><b>Presupuesto Participativo:</b> participando,incidiendo y organizando los recursos económicos de la Comuna 10</p>	<p>Fecha:S.F.</p>	
	<p>El presupuesto participativo corresponde al 5% del presupuesto local. En la administración de Sergio Fajardo, se dan las bases para un sistema municipal de planeación la participación, con un acuerdo que regula que el 5% del presupuesto municipal, lo gestione la comunidad. ...Todavía se ve el interés individual el yo te doy yo te colaboro (9:25) Participación en organización sin ánimo de lucro, delega un candidato y los barrios, quienes saquen 25 votos podrá ser representante de la comunidad</p>	
<p>Los medios de comunicación comunitaria, luchando por la democratización de la palabra I.</p>	<p>Los medios comunitarios han logrado articular trabajos con instituciones gubernamentales como la Alcaldía de Medellín, con la iniciativa del PP (5:17) A partir de la creación de planeación local y pp, se ha permitido fortalecer los procesos de comunicación en las diferentes comunas y corregimientos de Medellín(7:32) A través de los medios de comunicación social, se formen ciudadanos críticos para sociedad más justa y más equitativa. Con los medios alternativos queremos que la gente construya desde la realidad, con una mentalidad colectivista</p>	

	<p>A pesar que es muy difícil conseguir recurso, hemos trabajado con las uñas, poco a poco nos ha llegado el recurso y nos hemos sostenido.(16:34)</p> <p>La gente se ha dado cuenta de que tenemos un poder, y que ese poder lo debemos saber utilizar (19:00)</p>	
<p>Los medios de comunicación comunitaria, luchando por la democratización de la palabra II</p>	<p>No solo importa que nos oigan, sino tener un rostro, y ese rostro tiene un nombre y tiene una historia...Es importante tener encuentros a través de nuestro cuerpo...eso nos hace comunicadores más sensibles( 10:20)</p> <p>Para ser un medio realmente comunitario uno debe estar muy cercano a la gente uno de lejos no puede hacer las cosas 12:29</p> <p>A través de la Plataforma de comunicación de la comuna 10, única en la ciudad, se busca establecer una red de medios, compartir unos ideales. Si estamos unidos como radios, podemos crear un tejido social comunitario y podemos adquirir un poder...siendo solidarios somos fuertes y somos uno (15:34) Los medios de comunicación alternativos tenemos que generar movilización para exigir nuestros derechos (17:20)</p>	<p><b>Apoyo en piezas de radialistas apasionados</b></p>
<p>Me desplazé forzadamente y llegué a las calles porque "no había un terreno de paz sino de violencia"</p>	<p>Habitantes de la calle, apoyo en la pieza Iguales en dignidad y Derechos de radialistas apasionados y apasionadas:Somos diferentes pero valemos igual.</p> <p>Entrevista con Ever Valencia: Desplazado de la violencia, en situación de vulnerabilidad y en ocasiones de calle.</p>	<p><b>Apoyo en piezas de radialistas apasionados y apasionadas.</b></p>
<p>Estrategia de Participación Social y Política de la Secretaría de las Mujeres</p>	<p>Marta Lucía Suaza Colectivo de mujeres de la comuna 10: Visibilizar a la mujer ante todos los estamentos, que tenga un valor proactivo. Equidad de género no es ser igual al hombre, es igualdad de derechos.</p>	<p><b>Apoyo en piezas de radialistas apasionados y apasionadas.</b></p>
<p><b>Ciudad Segura:</b> programa de la Secretaría de Seguridad de Medellín</p> <p>Apoyo parcial de dineros públicos priorizados por los habitantes de la comuna 10 la candelaria en el marco de la ejecución de planeación local y presupuesto participativo</p>	<p>Juliana Valdés Tabares, secretaria de la mujer de la alcaldía: Ciudades seguras para las mujeres. La comuna 10 es una de las comunas con más violencia sexual hacia las mujeres...las mujeres deben identificar los lugares más inseguros de la comuna.</p>	<p><b>Cambia cabezote en relación al PP a partir del programa 41</b></p> <p><b>Apoyo en piezas de radialistas apasionados y apasionadas</b></p>
<p>ASOEDILES de la Comuna 10</p>	<p>Juan Guillermo Posada, edil comuna 10. Acompañamiento a PP Y PDL. JAL Y ASOEDILES. Las tareas de la JAL sirve de puente entre la comunidad y la admon municipal. Queremos apoderarnos del poder y realizar las funciones que nos encomiendan pero que nos vemos maniatados...el ciudadano de a pie tiene desconocimiento de qué es una JAL, hemos tratado de mostrar qué hace una JAL, pero son muy pocos los que participan en el</p>	<p><b>Referencia a CP</b></p>

	<p>proceso... viene funcionando en la comuna la Escuela de formación política a través de PP por medio de la comisión política de PP para formar a los líderes porque a la gente del común no le interesa o no tiene tiempo...sería importante que la gente se apropiara del conocimiento y que aporte ideas para solucionar los problemas de la comuna.</p>	
<p><b>QUIEN PARTICIPA DECIDE:</b></p>	<p>Esta producción es fruto del Diplomado de Formación Política Constitucional, una actividad realizada por la Universidad de Antioquia y producida radialmente por la Fundación SUMAPAX, Colectivo de Comunicación Comunitaria, gracias al presupuesto participativo de la Comuna 10 Candelaria-Centro, coordinado por la Secretaría de Participación Ciudadana de la Alcaldía de Medellín.</p> <p>Participan en la IV Convocatoria de los Premios de Periodismo Comunitario Alcaldía de Medellín – Universidad de Antioquia en la categoría Nota Incluyente.</p> <p>Dirección General: Libet Janeth Montoya Chavarriaga</p> <p>Libretos: Equipo Fundación SUMAPAX</p> <p>Conductores: Francy Moncada, Daycy Torres y Nicolás Contreras</p> <p>Voces y Testimonio: Líderes y lideresas de la Escuela de Formación Política y vecinos de los barrios de la Comuna 10. La Candelaria - Centro, Medellín y Grupo Juvenil CONTACTO</p> <p>Estudios de Grabación: Alejandra Larrea Bolívar y Andrea Sañudo</p> <p>Edición Digital: Julio Cesar Reyes Cordoba</p>	<p><b>CABEZOTE</b> <b>Carácter contestatario</b></p>
<p><b>Vendedores ambulantes:</b> Un espacio público organizado, garantía de economía popular (11:37)</p>	<p>Rodrigo Olarte Mira (vendedor ambulante) la mayoría de los de espacio público son muy correctos, hay vendedores muy groseros (4:57)</p> <p>Segundo testimonio: Una mujer que además ha trabajado en la Alcaldía de Alonso Salazar para ayudar a los habitantes de calle.</p> <p>La administración municipal debe seguir pensando, porque sabemos que es su preocupación, cómo organizar , cómo optimizar el derecho al trabajo (10:23)</p>	<p><b>Sondeo a habitantes de la comuna.</b></p> <p><b>Calidad del sonido</b></p> <p><b>Entrevistadora: preguntas sugerentes</b></p> <p><b>Los problemas casi siempre radican en los vendedores?</b></p>
<p>La No violencia: Opción de vida por la paz y la convivencia (10:16)</p>	<p>Periodista Juan Mosquera: Un acto de no violencia es la resistencia que hace la fundación Sumapax... resistencia civil es hablar a través de una radio comunitaria, es una apuesta que tiene todas las de ganar, porque somos una sociedad poblada de agentes diversos (5:15)</p>	<p><b>Dramatizado,</b></p>
<p><b>Participación Ciudadana:</b> más allá de los mecanismos de participación (10:10)</p>	<p>Es como me involucro yo en los procesos de ciudad que se estén gestando...como me acerco yo a los diferentes espacios... tener un mínimo conocimiento de lo que pasa en mi entorno</p> <p>Va más allá de votar</p> <p>(2:26) Hablamos de participación ciudadana como al empoderamiento que hacen los ciudadanos de sus derechos y sus deberes en búsqueda de un bien común, la comunidad se hace presente a través de los mecanismos de la CP para construir un tejido social...la</p>	<p><b>Sondeo,</b></p> <p><b>Las alternativas propuestas más allá de los mecanismos constitucionales, se plantean por las políticas públicas de la Alcaldía.</b></p>

	alcaldía tiene políticas públicas que han sido gestadas desde las comunas, como concursos, uno puede participar de la contratación Andrea Sañudo abogada	
--	--	--

Fuente: Elaboración propia

<b>Tabla de análisis</b>		
<b>Emisora: La Once Radio</b>		
<b>Responsables: Manuel Cano y Eduardo Santa María</b>		
<b>Programa/Emisión</b>	<b>Fragmento</b>	<b>Análisis</b>
<b>SONIDO AMBIENTE</b> <b>Tema:</b> Emprendimiento ambiental. <b>Manuel Cano y Eduardo Santa María</b> (26:40)	Fecha: 17/11/15	<b>Patrocinado por ASSISI</b>
	Leyes ambientales y sus ventajas y desventajas respecto a la protección del medio ambiente. Cuestiona la ética y la legalidad institucional en la aplicación de la norma. Desconfianza en la ciudadanía para la implementación de las leyes ambientales. <i>Cuando no se permite tener la consciencia del cambio que se necesita, se acrecenta la desconfianza.</i> <i>Cuando hay movilización social rural no se toma en cuenta las necesidades del colectivo, y se divide a la población...nosotros debemos actuar y ser reflexivos y que se cumplan los acuerdos simples que mejoren la comunidad.</i> <i>Nos queda a los ciudadanos comprometernos con una política pública agraria.</i>	
<b>Desde mi Comunidad:</b> <i>Es el momento de acercarse a la comunidad, un espacio creado por la Once Radio donde tú y tu organización son los protagonistas.</i> <b>Tema:</b> Afectados por la Valorización	Fecha: 04/05/15 Conducción: Yessica Rico Invitado: Alfonso Vergara (Corporación Dignidad Colombia: Defender a la población de los abusos gubernamentales) 12:52	Cabezote, sin presencia institucional estatal. Falta preparación de guión. Uso de lenguaje informal. Fondo: Canción Un millón de amigos No se menciona apoyo, financiación o patrocinador.
	La Corporación surge a raíz del proyecto de Valorización del Poblado. La solidaridad que la corporación pide, es de todos los hermanos a los ciudadanos de la comuna 14	
<b>Tema:</b> El líder de la juventud	Fecha: 11/08/14 Invitado: Edil César Augusto Murillo Conducción: Luis 22:09  <i>Edil: Para llegar a donde estoy se necesita un carisma y el don del servicio.</i> <i>Un edil es responsable ante la comunidad, nosotros como ediles tenemos como función que todo esté marchando bien, que el presupuesto no sea malgastado; debemos buscar soluciones y escuchar a la comunidad.</i>  <i>El no escuchar es el problema de los líderes hoy en día.</i> <i>L: es muy importante porque ahora se está perdiendo, ahora lo que le pase al prójimo no nos importa nada.</i> <i>Es un valor que se ha perdido mucho en la comunidad,</i>	Lenguaje coloquial de ambos (locutor, invitado) Sociolecto(parlache) del invitado Se resalta el papel de la Secretaría de la juventud Uso de pieza musical sobre los personajes característico de los barrios, de la autoría de un grupo juvenil de la comuna. <i>Se abre el telón del escenario y salen los personajes</i>

	<p><i>porque la gente oye mucho pero no se escucha. A un joven hay que darle opciones porque si no viene el alcohol, la drogadicción.</i></p> <p>L: Interpela al invitado para que invite a los jóvenes. I: A los jóvenes participen porque de lo contrario no se podrán dar cuenta de los proyectos que hay. L: Gracias por darle esa voz al joven en la once. Invitacion para que visiten los canales de comunicacion</p>	<p><i>de mi barrio los que vemos a diario de tu barrio, aunque digan lo contrario: prostituta, obrero, narcotráfico. Cancion de Manny Montes El escenario. Cierre con canción anterior.</i></p>
<p><b>Participación Ciudadana:</b> <i>No necesitas ser una súper estrella para que tu voz tenga poder, bienvenidos a Participación Ciudadana, donde personas como tú, como yo, tenemos el poder en la Once Radio.</i></p> <p><b>Tema:</b> Infórmate con la Red Cultural Enlazando Sueños</p>	<p>Fecha: 20/02/14 Conducción: No se menciona (practicante de Comunicación de la FUNLAM) Corporación Manicomio de muñecos 19:52</p>	<p>Cabezote, sin presencia institucional estatal. Preguntas estructuradas, falta fluidez entre las preguntas. Uso de lenguaje informal. Lecturas al aire, no se percibe conversación o diálogo entre conductores e invitados. Falta interacción. No se menciona apoyo, financiación o patrocinador.</p>
	<p>Es un espacio que está al servicio de la comuna. Los títeres son el primer contacto que tienen los niños con el arte.</p>	
<p><b>Participación Ciudadana:</b> <i>No necesitas ser una súper estrella para que tu voz tenga poder, bienvenidos a Participación Ciudadana, donde personas como tú, como yo, tenemos el poder en la Once Radio.</i></p> <p><b>Tema:</b> Pinacoteca Da Vinci</p>	<p>Fecha: 25/08/15 Conducción: No se menciona (practicante de Comunicación de la FUNLAM) Pinacoteca Da Vinci 12:19</p>	<p>Cabezote, sin presencia institucional estatal. Preguntas estructuradas, falta fluidez entre las preguntas. Más fluidez en la conversación No se menciona apoyo, financiación o patrocinador. Pieza de apoyo a estudiante de dibujo de la Pinacoteca.</p>
	<p>Con PP se han ejecutado talleres de formación, como por ejemplo uno de niños de la comuna 11, Letras, notas y colores. La biblioteca está abierta a la comunidad.</p>	
<p><b>NO VIOLENCIA.</b></p> <p><b>Tema:</b> No violencia mujeres</p>	<p>Fecha: 09/03/2012 Conducción: No se menciona Invitado: Luis Javier Botero Arango 40:44</p>	<p>Intro con el poema Te quiero por sencilla de Carlos Castro Saavedra. Sin cabezote. Sin presencia institucional estatal. Diálogo entre conductor e invitado. No se menciona apoyo, financiación o patrocinador. Calidad de edición y sonido.</p>
	<p>Acceso a las oportunidades, entendiendo que los hombres y las mujeres no son iguales. <i>En época electoral obliga a que el 30% de las listas estén conformadas por mujeres...las que aparecían con menor votación eran las mujeres. (9:47-10:35).</i> Muchas engrosaron las listas para cumplir con la ley, lo que no garantiza equidad.</p>	

		Apoyo en documentación de las Naciones Unidas sobre la situación de inequidad entre hombres y mujeres.
<b>NO VIOLENCIA.</b>  <b>Tema:</b> Voz de los movimientos, construyendo unidad en la diversidad.	Fecha: 23/09/2013 Conducido: Minga Informativa de los movimientos sociales. 14:15	Sin cabezote. Sin presencia institucional estatal.
	Resumen de las acciones y puntos de vista de los movimientos sociales de América Latina, relacionados con problemáticas como la tenencia de la tierra, violencia contra la mujer (Guatemala), conflicto interno (Colombia), movimiento indígena y desarrollo sostenible, minería y acceso al agua (El Salvador y Panamá)	Pieza usada en red en América Latina, Asociación campesina. No se menciona apoyo, financiación o patrocinador.

Fuente: Elaboración propia

<b>Tabla de análisis</b>		
<b>Emisora: Morada Estéreo</b>		
<b>Programa/ Emisión</b>	<b>Fragmento</b>	<b>Análisis</b>
Mucho que decir	Fecha: 2015-06-22 Duración: 60 min	Cabezote: Porque tenemos mucho que decir, un programa para una Medellín consciente. Todos los lunes a las 9pm por morada.com/radio un programa realizado por la alcaldía de Medellín y fundación casa de las estrategias.
	22'50" Qué pasó cuando le hablan por ejemplo desde... desde los conciertos desde la música es muy importante lo que tú y tu experiencia como es el Salto desde una expresión y movilización social Cómo saber la clave a también una posible ahí seguir en La Toma decisiones satanizar el espacio como tal solamente por la mañana algún prácticas incorrectas. Por así decirlo para nosotros fue el primer ejercicio que implica la participación institucional y organizada un espacio con que generaciones de mucho tiempo, en el sector de lo comunitario y social entonces ahí estaban dando que nos está mandando Mejor dicho (...)	Presentación del programa, generalidades del programa en vivo, chat, discusión de Medellín consciente.
	25'10"-25'30" Entonces entrar en esos espacios, escuchar versiones decir definitivamente "yo no apoyo eso", en esos espacios tan barbaros, pero tener la posibilidad de negociar es tener el poder.	Reflexiones sobre o que significa qué es Medellín consciente.
	27'10" – 27'30" El que yo estaba ligada a tenido Participación directa con el ente puesto pero también ha creado la posibilidad de generar espacios de participación con los jóvenes de manera distinta lo que hace lo que hace convocar para televisión de debates políticos.	Existe una búsqueda en los grupos de todas las comunas para liderar y convocar a la
	28'00" – 28'18" Por su propia iniciativa buscando recursos para que ejecute en el periódico y lo hagan pero también están buscando más allá, están buscando aliados	

	<p>estratégicos para cubrir toda la zona en la que están trabajando les estoy hablando de la comuna 2.</p> <p>29'07"-29'35" Para hablarle al poder no es necesario montar una película desmesurada cien sin emoción y cero razón puede llegar a generar mucho más impacto y pueden durar en el tiempo.</p> <p>41'04"-42'02" Casa de estrategias y la alcaldía de Medellín realizaron un convenio de cooperación dónde lo que buscan y haciéndose una pregunta muy interesante es como generar empoderamiento ciudadano juvenil y romper con esa apatía frente a algo tan importante como como un momento electoral que va a suceder ahorita en octubre las elecciones locales Cómo poner Y cómo generar digamos algunas acciones frente a eso Y entonces surge Medellín consciente que como ustedes ya lo dijeron pero esto me toca a mí decirlo sin poner las palabras más más que eso y más cada vez más rimbombantes (risas) es una estrategia de movilización y de comunicación diseñada por jóvenes, aquí viejito puedo ser yo, Pero simplemente porque por algunas cosas administrativas de la vida pero es una estrategia de comunicación y movilización hacia generar una un empoderamiento Y estrategia para valorar la importancia de hacer un voto libre y consiente.</p>	<p>participación alrededor del proyecto, así como el reconocimiento de varias fundaciones en cada una de ellas para tratar el tema de política y participación.</p> <p>Sobresalen frases como "al poder se le puede hablar bonito" La compra de votos de uno de los temas centrales</p>
	<p>Fecha: 2015-07-06 Duración 45'</p> <p>11'44"-12'10" lamentable para la ciudad nunca llegaron por los medios, nunca, lo único que salió por los medios fue en las declaraciones del comandante la policía justificando la muerte de Juan David pero este arte se vuelve como el medio de comunicación a través del cual nosotros tratamos de llevárselos a la gente ya que por los medios masivos no llega este tipo de información.</p> <p>29'55"-30'15" los niños crecen con el pensamiento del que está bien es el de la moto el de las muchachas, del revólver, eso es lo esperan de la vida, y es una idea una problemática de cómo está la ciudad de qué es lo que los niños tienen los jóvenes los adolescentes como representación de su vida.</p> <p>32'-32'15" Ya me siento censurado todo el tiempo en el metro de camino de acá, todo el tiempo no es prevenir, otra forma para decir claro es la poesía es eso simplemente replicar la imagen y decirle en unos tonos más entendible lo menos con maquillaje y más entendible decir lo mismo para que todos lo puedan entender.</p>	<p>Se destaca el tema de un líder joven que fue asesinado y los medios no tocaron el tema</p> <p>Sobresale el tema de la invitación a los espacios que se abren en todas las comunas de la ciudad en torno a la participación</p> <p>"verdades censuradas en la ciudad" Fernando, hablando sobre muchas veces los medios no permiten que se traten los temas</p> <p>Se hace énfasis en que la política debe cambiar la manera en que se heredan los cargos por apellido." para cambiar a Colombia hay que matar hijos, nietos y abuelos, de manera</p>

		<p>simbólica”</p> <p>Se señala a la cultura metro como un esquema que censura</p>
	<p>Fecha: 2015-10-26 Duración 43´min</p> <p>03´25”-04´10” las discusiones de políticas tristemente no se ven en los medios de comunicación local, primero porque los medios de comunicación local pues al menos yo no lo vi en temas de televisión en los canales regionales tipo teleantioquia o tele medellin tienen una Pauta de relacionamiento institucional, Pues sí es cierto un compromiso diplomático por no llamarlo de otra manera con el gobierno de turno porque el gobierno nacional.</p> <p>05´54”-06´20” Que el uribismo termino siendo víctima del colombiano por una editorial que hicieron en la que dieron su apoyo y no digamos que ni siquiera camuflados totalmente directo a Federico Gutierrez diciendo que el uribismo es víctima del colombiano periódico de esa corriente política, en una relación estrecha reconocerlo y yo no creo que no tenga la posibilidad de echarle la culpa a los votantes en la consideración del voto como un deber.</p> <p>09´05”-09´21” hombre qué mal es el estado tratando de vender el sistema votación Colombiano qué mal lo hace el estado tratando de generar que participe, yo no me quiero imaginar que piensa un candidato de Medellín el sábado en ese diluvio o el día pensando en el estado del tiempo pues la gente no va a salir a votar.</p> <p>14´45”-14´49” Escuchando segundo tercer boletín Es una muy emocionante para mí era muy muy muy emocionante escuchar la cosa pero pero hablando con la mentalidad politólogo que aún tienes muy en el fondo sí porque uno tendría que ser responsable y ser aburrido decir no hasta faltando tres o cuatro boletines no sabemos para desde tan temprano decir ganador absoluto Medellín tiene alcalde.</p>	<p>Algunos de los participantes sienten la necesidad de denunciar campañas corruptas, sin embargo se abstienen de nombrarlas (19´00-19´40”)</p> <p>Posición evidente sobre Álvaro Uribe Vélez “Uribe paraco”</p> <p>“los concejales no sirven de nada a los estratos 4,5 y 6” frase para justificar quienes son los votantes de los concejales.</p> <p>Igualmente se habla del candidato ganador a la alcaldía “Federico”, como una opción para el no continuismo de Álvaro Uribe, sin embargo el reto debido a que el gobierno entrante carece de experiencia.</p> <p>Critica a la anulación de cédulas (14´45”-14´59”)</p> <p>Se permite la expresión del invitado, dando opiniones que reclaman adjetivaciones para candidatos y población con preferencias políticas.</p> <p>Uno de los asistentes expresa opiniones de preferencia al polo democrático y admite desilusión ante la derrota en el concejo</p>
	Fecha:2015-10-25	Se evidencia una

<p>Faber, Harold Henao, Red de jóvenes editores desde cada comuna.</p>	<p>Duración 1 hora 46'</p> <p>12'30"-12'50" Vi jóvenes con pastelitos y tarjetas que vienen acompañados normalmente de una empanada está mal en este caso y que era como un niño con frutas entonces me llamó la particularmente la atención y también vi gente que le decía a personajes que fueron a votar y que luego se cambiaran que volvieran que no iban a ser visibles.</p> <p>14'-14'24" El caso de un candidato que se estaba lanzando al concejo y estaba haciendo presencia entonces el man no necesitaba hacer publicidad el mismo era la publicidad con sólo saludar a la gente abrazar y invitar un fresco pues como con esas cosas y lo que vuelvo insisto estaba rodeado de muchos jóvenes están haciendo uso de la juventud para estas iniciativas políticas es utilizado su condición.</p>	<p>calidad de audio pésima, así como problemas de edición durante los primeros 11min</p> <p>Se parte de preguntas para formularlas al público que se encuentra con corresponsales.</p> <p>Preguntas: ¿usted votaría por ud mismo? ¿Los candidatos contribuyen a un mejor Medellín? ¿Por qué votar? ¿ que lo mueve a votar por un candidato?</p> <p>Las preguntas se van debatiendo en el estudio dependiendo de las respuestas del entrevistado</p>
<p><b>Resistencias</b></p>	<p>Fecha: 2014-05-27 Duración: 1h 45'm</p> <p>05'06"-05'26" La radical de izquierda centro y centro renuncian a las candidaturas de sus partidos de y suspenden entonces acercamientos de conciencia por asegurar una movilización mayor hacia el presidente candidato.</p> <p>05'56"-09'10" diríamos entonces ahí está Clara la división de Colombia en opción por la derecha y por derecha radical y entonces Nos encontramos en un dilema para la segunda vuelta Oscar Iván Zuluaga y el presidente Santos que nos dejan pensando cuál es la mejor decisión hoy en resistencia queremos entonces y entregar unos elementos entregar unos unas reflexiones que nos permitan tomar una mejor decisión más tranquilo al menos cierto y con esa conciencia con nuestras discusiones cercanas que tenemos en familia con nuestros amigos con nuestro grupo político con ese movimiento sociales en los cuales pertenecemos y en los cuide y los que también pertenecemos los miembros de esta mesa de resistencias y creimos pertinente traer estas reflexiones hoy entonces en resistencias estamos Álvaro Córdoba Ricardo toro y Gabriel caldas para hablar de nuestro escenario electoral bienvenido Ricardo bienvenido Álvaro Álvaro</p> <p>- Bueno ahorita en el espacio preparatoria hablamos Pero cuál es escenario En donde podemos presentar al candidato presidente Santos como la opción sin que eso nos termina costando la conciencia Colombia nos encontramos porque desde un enfoque crítico se tiene</p>	<p>Cabezote: resistencias, un nombre en plural, para mostrar las diversas formas de vida: hágalo usted mismo, hágalo siempre; queremos conocer tus prácticas de resistencias. Escúchanos todos los viernes a las 5 de la tarde por <a href="http://www.morada.co">www.morada.co</a></p> <p>Cortina ocasional: Señor cobranza Bersiut Vergarabat</p> <p>Presentación del programa, generalidades del programa en vivo, chat, discusión de Medellín consciente.</p> <p>Programa elaborado en el marco de la 2da vuelta electoral presidencial</p>

	<p>entonces la sociedad una teoría esa decisión sea una decisión tomada desde un enfoque crítico y ese juicio crítico quiere llevar a mi juicio a un escenario el que sí porque queremos la paz, no sé si por votar en contra de todo lo que representa a otra propuesta si es bueno que quede muy claro que muchos sectores de la sociedad votaron por Santos ante la defensa de la paz, pero qué es el voto no es un voto que le esté lavando la cara a un gobierno que tiene muchas dudas todavía hay muchas respuestas que darle al pueblo colombiano.</p> <p>18´25"-19´03" una falsa dicotomía que nos han hecho creer que los conservadores están divididos ocurre alguna igual manera que santos y Uribe quienes llevaron el debate y de alguna manera de saber la rotación en el poder de los 80 y a los 4 años salta al otro que venga y así seguir en la derecha, yo aprendí a hablar con sectores democráticos independiente frente a las transnacionales y en el fondo santos y Uribe tienen los mismos objetivos políticos con diferente fachada.</p>	<p>Se destacan frases como "radicalidad de derecha", "entregar argumentos para tomar decisiones", Uribe, feudal mafioso, terrateniente y mafioso" "hay una falsa división liberal, conservadora"</p> <p>Se hace alusión constante a que se tema a " la amenaza es que vuelva el embrujo autoritario"</p> <p>Se evidencian problemas de edición en la cortina final</p> <p>Cortina: Música doctor Krápula</p>
RES: salud de luto	<p>Fecha: 2013-11-22 Duración 1h, 6 min</p> <p>09´35"-09´55" yo estoy en un lugar se aprueba el programa ofrece una universidad pública pero no lo mismo que dice la compañera nosotros Como México no había olvidado de la protesta de hecho por eso nos dejamos meter la ley 100 y no la aguantamos todos estos 20 años sin decir ni mu entonces...</p> <p>29´50"- 30´10" Qué es el trabajo, que se refleje en la salud de los colombianos...nos cansamos de vivir en un sistema que no le ofrece a la gente lo que necesita para ser saludable, cierto, la promoción y la prevención se están olvidando eso es como si fuera un cuento una fábula Esopo y que ya no la volveremos a ver jamás</p> <p>47´10"-47´30" hablemos entonces de qué pasa con esa reforma, es decir, en qué consiste esta reforma después de lo que hemos dicho ya en la ley 100 que pasa aquí, qué es lo que pasa aquí ahorita que las reformas,</p> <p>-Yo les decía que la reforma es cómo maquillaje simplemente el gobierno se dio cuenta que la salud está apunto de estar en un momento de crisis o que está en un momento de crisis financiera y ellos dicen no pudimos sacar la emergencia social porque no la pudimos acabar saquemos una reforma a la ley 100 que se llama la ley y el proyecto de ley 210, entonces aquí teníamos al presidente diciendo...</p>	<p>Una de las estudiantes pertenece a un grupo hip hop, se denomina rapera.</p> <p>El moderador actúa sin intervenir en las opiniones de las invitadas, médicos residentes y pertenecen al movimiento, la salud de luto</p>
	2014-03-19	Todos los integrantes

Resistencias: Homenaje a árbol de opinión	Duración 1hr, 53 min	de la mesa, se muestran desconcertados con el cierre temporal del programa radial de la Universidad de Antioquia “ En defensa de la palabra”  El programa pretende ser un homenaje y a su vez exalta la inconformidad con el cierre del programa No hay cortina, solo cabezote
	03´28"-03´19" Medellín, la más libre y democrática donde no pueden existir limitaciones intereses creados ni nada que signifique mordaza o censura Y eso es lo que está ocurriendo en este momento en el que así que ocasionalmente se está planteando es tu y estaba muy seguro es que va haber una reacción porque ese tipo de programas. Es indispensable en una sociedad como la nuestra y sobre todo este tiempo donde la defensa de la palabra no tiene que convertirse en ofensa de la dignidad y ahora lo que destacó.	
Resistencias: Paro agrario	Fecha: 2013-08-03 Duración: 1hr,5min	En el programa se promueve el voto en blanco, el apoyo a los pequeño empresarios y campesinos en mercados de barrio, de manera explicita Se analiza el paro como un movimiento no violento ante la iniquidad. Se habla de las grandes coyunturas del paro y una de ellas es la representación de Avaro Uribe como representante de los terratenientes
	21´00"-21´45" esta realidad si le están de alguna manera al gobierno y a los partidos que creen que lo importante es el diseñar buenas alianzas electorera hacer al día frases para el reality en la opinión pública esa que mueven los grandes medios de comunicación demostrarnos candidatos remozados limpios y como la mejor opción para los próximos 4 años cuando lo que hay en verdad es finalmente un juego de poder que menosprecia que de que niega que desconoce a la ciudadanía ese tema es lo que de alguna manera	

Fuente: Elaboración propia

Tabla de análisis		
Emisora: Voces de la 8		
Programa/Emisión	Fragmento	Análisis
Vibra la 8/Oficios 25´	Cabezote: <i>Magazín radial incluyente que pretende acercar y generar un espacio democrático, diverso y de participación ciudadana donde se puedan expresar y conocer todas las tendencias actuales enfocado a la comunidad y sus necesidades</i>	Actividades culturales de colectivos. Cuenta con testimonios de habitantes de la comuna. No se evidencia apoyo institucional.
	<i>En la comuna hemos llevado a cabo talleres de pintura, graffitti y fotografía, para rescatar los espacios de la 8</i>	
Radio libre/Prevención del	Cabezote: <i>Espacio para la libre divulgación de contenidos y para compartir experiencias de otros colectivos</i>	Diálogo entre la Alcaldía y habitantes

consumo de drogas	<p><i>comunicativos, artísticos, sociales y culturales de la comunidad.</i></p>	<p>de la comuna, mostrando a los ciudadanos como agentes responsables ante la problemática tratada. Se genera inclusión de diversos sectores de la comunidad. Programa apoyado por la Corporación Surgir, Alcaldía y la Secretaría de Salud.</p>
Radio libre/ Corenuespa: formación artística para el impacto en el territorio	<p>Locutor:<i>En esta oportunidad se toma la palabra el Proyecto de Prevención y Mitigación de Drogas liderado por la Corporación Surgir, quien actúa desde el barrio El Pinal en la Comuna 8 de Medellín, por el derecho a la inclusión social. Estrategias como la red operativa del centro de escucha y la zona de orientación escolar serán el punto de partida para este diálogo</i>  <i>Invitado A una persona en situación de consumo lo primero que hay que restituirle son las redes: familia, salud, documentación. Empezamos a capacitar a la gente sobre derechos, consumo, redes, empezamos por los recicladores</i></p> <p>Locutor:<i>El proceso de formación artística de la Comuna 8 (Villahermosa), visto desde diferentes perspectivas, aspectos como el impacto en el territorio y la orientación metodológica del proceso son claves para esta conversación</i>  <i>Invitado: La idea es formar como artistas y como ciudadanos. Aprender a compartir con los compañeros, a resolver conflictos</i></p>	<p>Construcción del tejido social desde el arte y el liderazgo comunitario, para formar a artistas y ciudadanos. Se evidencia con el diálogo entre operadores, beneficiarios y artistas. El diálogo se torna redundante y lleva al oyente a que se desconecte. Programa apoyado por la Alcaldía, Corporación Surgir y Corenuespa, Secretaría de cultura, Presupuesta Participativo y Planeación local.</p>

Fuente: Elaboración propia