

**Estrategias Comunicativas Para El Desarrollo Y Fortalecimiento De La Emisora
Comunitaria “Bolívar Stéreo” En El Municipio De Bolívar, Cauca.**

Luisa M. López y Lina M. Benavides

Universidad Del Cauca

Facultad De Derecho, Ciencias Políticas Y Sociales

Comunicación Social

CS. Juan Pablo Ramírez Idrobo

Nota de aceptación

Director

CS. Juan Pablo Ramírez Idrobo.

Jurado

Giezzi Lasso Ágredo.

Jurado

Sandra Navia.

Fecha de sustentación: 23 de enero 2024

Agradecimientos

A mi Alma Mater, por brindarme la oportunidad de vivir tantas experiencias académicas y personales que aportaron a mi crecimiento como profesional, como mujer, y como ser humano. A la emisora “*Bolívar Stéreo*” y a cada una de las personas que integra su grupo administrativo por abrir las puertas de su espacio radial para dar lugar a la realización del presente trabajo de grado. A la comunidad del municipio de Bolívar Cauca que nos ayudó, por la confianza y por la voluntad de participar de nuestra investigación. Al director de la investigación, Juan Pablo Ramírez Idrobo por el tiempo, la dedicación, la paciencia y el compromiso en cada una de las orientaciones que nos brindó durante el proceso. A mi pequeña Emma, por llegar y convertirse en mi mayor motivación de vida, por enseñarme a persistir frente a cualquier adversidad y por regalarme la felicidad infinita y absoluta de ser su madre. A mis padres, por su apoyo, acompañamiento y entrega durante estos años de preparación académica. A mis hermanos, por ser mi ejemplo y mi compañía en este, y en todos los momentos de mi vida. A mis compañeras de trabajo, por la colaboración y las palabras de aliento. A los compañeros de la carrera de comunicación social, que de una u otra manera aportaron y contribuyeron en el proceso de investigación.

Lina María Benavides Flor.

Agradecimientos

A Dios por darme la vida, por darme la fuerza cuando pensaba en rendirme y por ser mi guía y mi lugar seguro. A nuestro director de trabajo de grado por su paciencia, apoyo, y por creer en nosotras para el desarrollo de este trabajo. Al representante legal y al director de la emisora “Bolívar Stéreo” por confiar en nuestro trabajo, por la disposición y por la confianza con la que abiertamente nos contaron la historia de la emisora. A los locutores de la emisora, al alcalde Jorge Macías, y a toda la comunidad del municipio de Bolívar Cauca, por su amabilidad y disposición en el transcurso de la investigación y por responder positivamente a nuestro llamado.

A la Universidad del Cauca, al Departamento de Comunicación Social y profesores que a lo largo de nuestra estadía han contribuido en nuestra formación como profesionales y como personas. A mi familia por ser siempre mi apoyo y mi motivación. Por todo el amor y la confianza que tuvieron en mi para poder alcanzar esta meta. A mis hermanos Sebastián y Diego por su apoyo, consejos, disposición y colaboración a lo largo de mi formación como profesional y como persona. A Oscar Burbano, por su amor y compañía. A mis dos hermanitas Guadalupe y Anna Belén, por llegar a formar parte de este largo camino convirtiéndose en mi fuente de motivación.

Luisa María López Collazos.

TABLA DE CONTENIDO

Listado de Tablas.....	1
Listado de Gráficos.....	2
CAPITULO 1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	3
Contextualización.	3
Justificación.	4
Objetivos.....	6
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos	6
Planteamiento del Problema.	7
Marco teórico.	9
Radio comunitaria en Colombia y los avances de su legalización.	12
La radio comunitaria en el departamento del Cauca.....	14
CAPITULO 2. EL CAMINO	17
Acercamiento.	17
Diseño y ejecución de entrevistas, encuestas y grupos focales.	18
Sistematización de la información.	19
Reconociendo el espacio. Descripción de entrevistas y hallazgos.	20
De Bolívar Stéreo y sus locutores a la audiencia.....	22
Lo que desconocen los oyentes.....	23
Conversando con los locutores activos Libo Mera, Elvar Collazos, Francisco Garcés, Alex Gaviria y Carlos Zúñiga.	24
Desde el punto de vista femenino.	25
Los tiempos han cambiado y la radio también.	26
¿La emisora sabe lo que la audiencia quiere? Y ¿la comunidad sabe lo que la emisora necesita?.....	28
Relación Alcaldía y la emisora <i>Bolívar Stéreo</i>	29
Grupos Focales.....	30
Músicos (Wdilberto Rosero y Grupo la selecta 4 integrantes).	30
Vocero del grupo de Jóvenes.	31

Dueños de negocios (Fabio Grijalba dueño de Digital Cell y Panadería Súper Pan de Nelfi Toro).	31
Las encuestas.	32
CAPÍTULO 3 - LA PARRILLA	40
Contenidos de la parrilla de programación propuesta.....	41
Noticiero.....	42
El Megáfono.....	45
Talento bolsiverde.	47
Todos somos Bolívar.....	49
Bolívar Joven.....	51
El Jardín bolsiverde.....	54
Soy mujer	58
CAPÍTULO 4 – SOCIALIZACIÓN.	61
CAPÍTULO 5 – CONCLUSIONES.	64
REFERENCIAS.	66
ANEXOS	69
A1. Diarios de campo	69
A2. Cuestionarios.....	73
A2.1. Encuestas:	73
A.2.2 Entrevistas:	74
A.2.3 Grupos focales:.....	75
A3. Fotografías.....	76
A4. Carta de presentación	83

Listado de Tablas

Tabla 1. Barrios abordados y cantidad de personas encuestadas. Fuente: elaboración propia.	33
Tabla 2. Hombres y mujeres que participaron en las encuestas.	34
Tabla 3. Hombres y mujeres que escuchan la emisora.	36
Tabla 4. Distribución de hombres y mujeres que no escuchan la emisora <i>Bolívar Stéreo</i>	36
Tabla 5. Población encuestada que conoce lo que es una emisora comunitaria.	37
Tabla 6. Población encuestada que ha participado en la emisora.	38
Tabla 7. Población encuestada que ha participado en la emisora y su forma de participación.	38

Listado de Gráficos

Gráfica 2. Diagrama de barras para la distribución poblacional en los diferentes barrios de Bolívar-Cauca.....	34
Gráfica 3. Distribución de género en las encuestas.	35
Gráfica 4. Hombres y mujeres que escuchan la emisora <i>Bolívar Stéreo</i>	35
Gráfica 5. Mujeres y hombres que no escuchan la emisora <i>Bolívar Stéreo</i>	36
Gráfica 6. Población encuestada que conoce lo que es una emisora comunitaria.	37
Gráfica 7. Población encuestada que ha participado en la emisora.	38

CAPITULO 1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Contextualización.

Al sur occidente colombiano en el departamento del Cauca, se encuentra ubicado el municipio de Bolívar, el cual cuenta con una población de 37.289 habitantes, de los cuales 4.747 viven en la cabecera municipal. Los demás se encuentran en centros poblacionales (corregimientos) y dispersos en la zona rural (veredas), según un reporte del 30 de junio del 2021, realizado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (M. Rendón, comunicación personal, 5 de septiembre de 2023).

En general en el municipio de Bolívar, la economía se basa en la parte agrícola y comercial. En cuanto a aspectos culturales es una comunidad creativa, reconocida por la elaboración de globos a base de papel; por los carnavales de blancos y negros, donde se exponen un sin número de sus creaciones artísticas. También por sus celebraciones religiosas, a las que asisten propios y foráneos cada año, impulsados por la difusión y reconocimientos que a través de las herramientas comunicativas con las que cuentan, se visibilizan desde la cabecera municipal hasta lo más recóndito.

Una de las herramientas comunicativas reconocidas en el municipio tiene por nombre “*Bolívar Stéreo*”, y corresponde al espacio de comunicación radial objeto de esta investigación, al cual nos acercamos para conocer un poco de su funcionamiento, programación y trabajo cotidiano con la comunidad, y las razones de su reconocimiento y ubicación dentro de la categorización de emisora comunitaria, según lo que indica la reglamentación del servicio de radiodifusión sonora comunitaria en Colombia.

De acuerdo con lo anterior, se recopiló información sobre la emisora “*Bolívar Stéreo*”, desde las diferentes perspectivas que proporcionaron sus colaboradores, como actores principales

de la emisión en el medio, y también de la audiencia que a diario los escuchó desde su creación hasta la actualidad. Sin embargo, se necesitaba más información para poder establecer un diagnóstico más acertado con respecto al actual funcionamiento de la mencionada emisora, y así poder desarrollar una propuesta que pudiera ser útil al proceso como alternativa para optimizar y fortalecer el proyecto comunicativo que durante años se ha venido tejiendo.

Así se le comunicó a la actual administración de la emisora “*Bolívar Stéreo*” el trabajo de investigación que se deseaba desarrollar y contando con su colaboración, se plantearon los objetivos bajo los cuales se desarrolló el presente trabajo.

Justificación.

“*Bolívar Stéreo*” fue fundada el 28 de diciembre de 1.992, a partir de la iniciativa de los voluntarios y empíricos Efraín Arcos Benavides, Libo Alfonso Mera y Luis Alfredo Zúñiga, quienes, pensando en el cubrimiento de ciertas necesidades, decidieron estructurar su funcionamiento para gestionar a través de ella aportes positivos en el desarrollo del Municipio y su comunidad, con contenidos netamente musicales, en los que en principio su frecuencia solo cubría unos metros a la redonda. Con el pasar de los años y mediante la consecución de equipos, fueron convirtiéndose en programas informativos estructurados por quienes conformaban el equipo de la emisora, basados no solamente en hechos noticiosos sino también en la promoción del que hacer de personajes típicos y representativos para la cultura del municipio, e información para el público foráneo alusiva a fechas importantes como los carnavales, la semana santa y las fiestas patronales.

Así pues, al analizar lo que podría ser una problemática para el funcionamiento adecuado del medio comunicativo en cuestión, pudimos reconocer que entre los locutores de la emisora “*Bolívar Stéreo*” y su audiencia existían muchos descontentos. Perspectivas encontradas sobre el

servicio de una emisora comunitaria e ideas bastante cerradas sobre la sostenibilidad del medio, que suscitaron entonces la necesidad de investigar más a fondo para proponer una alternativa que a futuro fuera útil y funcionara como un primer paso para subsanar de alguna manera los vacíos existentes.

Al finalizar el proyecto de grado se entregó una propuesta en relación a la programación denominada “*La Parrilla*”, basada en los hallazgos de la investigación, la misión y visión de la emisora en sí. Esta alternativa se presentó a la administración de la emisora y a los entes gubernamentales más cercanos del Municipio para gestionar a través de ella, convenios que les abrieran espacio para su crecimiento como medio comunicativo y comunitario, en aras de fortalecer la herramienta con la que cuentan, así como también la participación de la audiencia bolsiverde, el sentido de pertenencia y la apropiación del espacio al cual pueden acceder si así lo quieren, teniendo en cuenta lo que representa una emisora comunitaria tanto legal como socialmente.

Es importante añadir que, este proyecto se planteó en el campo de la investigación social, para aportar a quienes decidan encaminar sus estudios con temáticas relacionadas a emisoras comunitarias como tema principal o en temas como comunicación participativa, sostenibilidad de los medios comunitarios y demás conceptos que componen la investigación propuesta, incluyendo las descripciones que irán implícitas a lo largo de este documento, producto de la experiencia que de este proyecto pudiera nacer y de la aplicación resultante de los diferentes conceptos utilizados.

Objetivos

Objetivo General

Promover una nueva estrategia comunicativa y organizativa para el desarrollo y fortalecimiento participativo de la emisora “*Bolívar Stéreo*” y su audiencia, en el municipio de Bolívar – Cauca.

Objetivos Específicos

Contribuir a la comprensión y aplicación del concepto de emisora comunitaria en “*Bolívar Stéreo*”.

Diseñar una alternativa a la programación para el beneficio de la comunidad denominado “La Parrilla”.

Promover vínculos con entes que pudieran apoyar el fortalecimiento de la emisora comunitaria *Bolívar Stéreo*.

Planteamiento del Problema.

Considerando que la radio comunitaria ha sido vista como un espacio donde se pueden fortalecer las ideas y pensamientos de la comunidad, necesidades, virtudes y valores deben ser primordiales en este tipo de emisoras. Su razón de ser es crear escenarios de participación donde la comunidad pueda ser protagonista involucrándose en procesos como la gestión y creación de contenidos.

Según el artículo 17 de la Resolución 2614 del año 2022 establecida por el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Colombia (MINTIC), la radio difusión sonora de tipo comunitario debe operar con el objetivo de suscitar escenarios de comunicación, promoción cultural, educación, expresión e información que, conduzca a la comunidad a integrarse desde la diversidad de identidades sociales, promoviendo la democracia y la sana participación, teniendo en cuenta sus derechos fundamentales dentro de una convivencia pacífica.

“*Bolívar Stéreo*” no ha contado con la participación de su audiencia y según la información recopilada a lo largo de esta investigación, ha sido una emisora que en la cotidianidad del día ocupa sus emisiones en gran medida con contenido musical estructurado por el grupo de voluntarios que se han encargado. Lo cual ha sido un aspecto negativo para la comunidad bolsiverde, pues desde su postura expresaron que, no existe una conexión que retroalimente el ejercicio comunicativo que a diario se lleva a cabo, porque las emisiones solo brindan distracción, pero no una formación crítica de ninguna índole, ni la educación de la audiencia.

Del mismo modo afirmaron que la emisora no debería ubicarse ni tener una licitación de tipo comunitario porque según entienden, la frase “sin ánimo de lucro” es el slogan que

complementa el nombre del servicio comunitario y para ellos el espacio que su emisora les ofrece es totalmente comercial, puesto que acudir a alguno de sus servicios cuesta.

Desconociendo que las emisoras de tipo comunitario también necesitan subsistir y mantenerse de alguna manera.

De este modo para poder contribuir en el mejoramiento y ayudar a encaminar la estructura de la emisora “*Bolívar Stéreo*” como una emisora comunitaria según lo estipulado por la ley, para la metodología de la investigación integramos diarios de campo, grupos focales y la realización de encuestas y entrevistas para conseguir la información pertinente, que nos ayudó a hacer un diagnóstico que posteriormente nos permitió generar y proponer una estrategia para el mejoramiento de los aspectos comunicativos y organizativos de la casa radial “*Bolívar Stéreo*”.

Marco teórico.

Para nuestra investigación era de vital importancia tener diferentes perspectivas frente al concepto de radio comunitaria. Por esa razón decidimos recopilar aportes de diferentes autores para nutrir un poco más el componente teórico que nos dio guía en el desarrollo de este proyecto, y de esa manera poder comprender el porqué de las posturas de quienes hicieron parte de nuestras indagaciones. Del mismo modo, fue imperativo tener en cuenta el concepto de participación y también el concepto de sostenibilidad en los medios comunitarios, para entender mejor el descontento de la audiencia de la emisora “*Bolívar Stéreo*” y contraponerlo con la realidad de lo que una emisora comunitaria representa.

En Colombia, las emisoras comunitarias han sido entendidas como un servicio público participativo y pluralista, orientado a satisfacer necesidades de la comunicación en el municipio o área objeto de cubrimiento, facilitando el ejercicio del derecho a la información y la participación de sus habitantes a través de programas radiales que promuevan el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, y la construcción de ciudadanía. (MINTIC, 2023).

López (1995) decía que la radio comunitaria se había entendido también como un espacio de comunicación que podía desarrollarse en cualquier lugar, rural o urbano, donde existiese la presencia de la comunidad sin importar si fuese de tipo religioso, estatal, universitario o de cualquier otra propiedad, mientras sus fines informativos y su forma de darlos a conocer se inclinarán siempre al respeto por la diversidad de pensamiento y la libertad de expresión, y no por ninguna imposición política que pudiera teñir de corrupción los fines de la información.

Así pues, reconocer una radio comunitaria no debería ser una tarea tan difícil si las finalidades de la misma son coherentes con lo que el servicio de radio difusión comunitaria dicta. Ortega (2020) por su parte menciona que el concepto de emisora comunitaria tiene numerosos apelativos, que nacen de las diferentes experiencias políticas, culturales y sociales de cada grupo en donde se originan, de acuerdo al sentido social que cada uno de ellos le otorgue. Razón por la cual, manifiesta que no es sencillo determinar un concepto global sobre ese universo de experiencias que ofrecen las emisoras comunitarias.

Para las emisoras comunitarias es imprescindible enaltecer la voz de sus comunidades y fomentar todas las iniciativas que en ellas surjan. Autores como López (2005), afirman que una radio es comunitaria, solo si ayuda a dar solución a los problemas a los que las comunidades pueden enfrentarse cotidianamente. Solo si fomenta la participación, debatiendo ideas y respetando las opiniones de los ciudadanos. Solo si les brinda espacio a todos por igual sin preferencias de ninguna índole. Solo si les da un espacio respetuoso a las mujeres para potenciar sus talentos y capacidades y no para convertirlas en una simple figura o apariencia. Solo si se da a la tarea de informar verazmente.

En términos de participación, teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, es reconocible que una emisora comunitaria se forja de la relación que existe entre la comunidad y quienes desde la radio crean y fortalecen el espacio. El ideal persigue el objetivo de que, en conjunto, dichos actores funcionen como un engranaje que constantemente se retroalimenta y hace camino al cooperar. Sin embargo, ver aplicada la participación no es tan fácil como se esperaría. No en todos los casos se puede observar el interés y la disposición de las comunidades por múltiples razones, como lo es el caso de la emisora objeto de esta investigación. Para Fernández (2012):

La participación es un proceso complejo, que implica transformaciones en ocasiones muy profundas y que no se generan de un día para otro. Depende de muchos factores, que tienen que ver con las condiciones de partida de la ciudadanía y el contexto y la cultura que la rodean. En primer lugar, se precisa querer participar. Para algunos sectores de la población, las bondades de la participación no son, a priori, tan reconocibles. Se precisa entonces un trabajo intenso de sensibilización y concienciación. (p.17)

Gumucio (2005) mencionó que en términos de sostenibilidad podemos encontrarnos con diferentes tipos, que son determinantes en un proceso de comunicación comunitaria. La sostenibilidad social, la sostenibilidad institucional y la sostenibilidad económica. Entendiéndose a la primera como la capacidad de involucrar a los diferentes sectores que conforman una comunidad al proyecto comunitario. Incluyendo así su visión e ideas de la cotidianidad que en sus vidas es una realidad. La segunda que alude a lo siguiente:

La sostenibilidad institucional es el marco que facilita los procesos participativos. Por una parte, tiene que ver con el marco legal, las regulaciones y políticas de Estado existentes, es decir con el ambiente propicio para que una experiencia pueda desarrollarse sin censura y sin presiones externas. Por otra parte, tiene que ver con los procedimientos y relaciones humanas y laborales en el interior de la experiencia, es decir, la democracia interna, los mecanismos de decisión y la transparencia de la gestión. (p. 4)

Y la tercera, relacionada con todos los recursos económicos necesarios para garantizar el servicio y mantenimiento de un medio comunicativo. Muchas estaciones de radiodifusión deben comprar equipos, pagar tarifas de espectro (en el caso de Colombia) y obtener todo el financiamiento asociado con la operación de la estación.

En Colombia, emisoras comunitarias como “*Bolívar Stéreo*” no se sienten bien respaldadas por el Estado, y ese es uno de los grandes motivos por los cuales su funcionamiento se ha visto limitado y en muchas ocasiones, criticado por la comunidad bolsiverde. Generando grandes polémicas entre las partes a causa de los diferentes cobros que la emisora hace por sus diferentes servicios en el municipio.

Así pues, es necesario destacar como un punto importante que, la resolución 415 de 2010, de acuerdo al artículo 27 expresa que las emisoras comunitarias tienen la potestad de transmitir propaganda, siempre y cuando no sea de tipo política. Así mismo deja en claro que quienes hayan dado patrocinios, auspicios y apoyos financieros para programaciones, podrán recibir crédito, siempre y cuando no se trate de personas que tengan prohibiciones en este tipo de servicios.

Radio comunitaria en Colombia y los avances de su legalización.

Las emisoras comunitarias en Colombia son medios de comunicación fundamentales para la participación ciudadana y el fortalecimiento de las comunidades locales. Estas emisoras se destacan por su enfoque en la inclusión, la diversidad y el acceso equitativo a la información.

Según Gumucio (2011) a partir de la historia y el transcurrir de los años, se puede afirmar que, la primera radio de tipo comunitario tuvo lugar en 1947, en El Valle de Sutatenza, Colombia. En donde un sacerdote llamado José Joaquín Salcedo Guarín, y un transmisor artesanal de 90 vatios fueron protagonistas. Logrando un ejercicio comunicativo entre la comunidad del pequeño poblado de Sutatenza, bajo la filosofía de pensamiento que constituía su día a día, basada en el diálogo como una herramienta de solución a muchos problemas. Dicho espacio comunicativo podría catalogarse como una emisora comunitaria porque prestaba sus servicios a la comunidad, pero la realidad es que la creación de esa radio surgió en primera

instancia como una idea personal con fines católicos, que tiempo después creció y se expandió recibiendo aportes de extranjeros, convirtiéndose en una gran radio educativa que logró financiamiento con el Banco mundial (BM) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Después fortaleció aún más su existencia al formar parte de la Acción Cultural Popular (ACPO) para el funcionamiento de la educación a distancia para adultos, en las áreas rurales del país.

A mediados de la década de 1990, la radio comunitaria vivió su primera victoria en Colombia, recibiendo por primera vez reconocimiento nacional con el Decreto 1447 de 1995, que legalizó este tipo de radio. Dos años más tarde, un 11 de marzo de 1.997, y gracias al mencionado decreto, se dio lugar en Colombia a las 1.311 propuestas aspirantes a emisoras comunitarias, donde según el diario El tiempo (1997) fueron elegidas solamente 401, en los diferentes departamentos del país. “*Bolívar Stéreo*” del Municipio de Bolívar, en el departamento del Cauca, hizo parte de esa lista.

Al Decreto en cuestión le siguió el Decreto 1981 de 2003, que indicaba la creación de un comité de programación, y en el artículo 9 establecía que el concesionario o gerente de la emisora debía conformar un comité o junta de programación responsable de la formulación y seguimiento de las políticas, planes y programas que a la programación correspondían. Del mismo modo a la veeduría de que el servicio fuera prestado de manera correcta.

Es cierto que por la nueva reglamentación surgieron las llamadas juntas de programación mencionadas anteriormente, pero también surgió la necesidad de que las emisoras comunitarias construyeran un manual de estilo que tenía como finalidad garantizar la participación de los diferentes sectores de la comunidad en las emisoras.

La Ley 1341 de 2009 reconoció la importancia de las emisoras comunitarias y estableció mecanismos para su promoción y protección. Esta ley buscó garantizar la diversidad de voces y

el acceso a la radiodifusión por parte de las comunidades (Congreso de la República de Colombia, 2009).

Para el año 2010 llegó la Resolución 415, haciendo referencia a la clasificación de los diferentes tipos de radios existentes. Comerciales, de interés público y comunitarias. En la que las radios comunitarias se consideraban comunitarias si creaban espacios de debate, consulta, expresión, comunicación, educación y promoción cultural, congregando diferentes expresiones culturales e identidades sociales de la comunidad, a través de una convivencia pacífica.

Así pues, y como se había mencionado anteriormente, dicha ley también ahondó en el mantenimiento y sostenibilidad de las emisoras respaldando sus realidades de existencia en su artículo 27, alusivo a la posibilidad de transmitir propaganda y recibir auspicios y patrocinios de personas aptas, exceptuando la publicidad política. Dicha resolución fue derogada y modificada por la Resolución 2614 del año 2022, con la posibilidad de transmitir y divulgar publicidad política y propaganda electoral.

La radio comunitaria en el departamento del Cauca.

Las radios comunitarias han sido objeto de investigación en diferentes oportunidades y con diferentes enfoques explorativos.

“Vidas, narraciones y culturas en el sur del Cauca”, fue una de las investigaciones más cercanas al proyecto investigativo de este caso, porque se desarrolló, como su nombre lo indica, en cuatro departamentos ubicados al sur del departamento del cauca: La Sierra, Mercaderes, Patía y Rosas.

Una de sus incógnitas a despejar tuvo que ver con el funcionamiento de las emisoras comunitarias, teniendo en cuenta el tipo de programación que manejaban y lo que dichos contenidos generaban y aportaban al desarrollo de las comunidades en cada caso.

Montealegre et al. (2007) mencionaban que al llegar al municipio de La Sierra se encontraron con la emisora “La Sierra Stéreo 91.9 FM” y el testimonio de uno de sus locutores que afirmaba que durante el día existían diferentes programaciones, pero de tipo musical con géneros variables en los que procuraban tener en cuenta a las diferentes generaciones de la comunidad. Testimonio que les dejó sobre la mesa el interrogante sobre la parte educativa, y participativa que según entendían, debía tener una emisora comunitaria, como sucedió en el caso de la emisora “*Bolívar Stéreo*” en el municipio de Bolívar. Con la diferencia de que la audiencia de la Sierra recibía de manera muy positiva su programación musical diaria, afirmando que las reproducciones musicales que la emisora les compartían influían de manera positiva en sus vidas, porque los acompañaba en sus quehaceres diarios, sensibilizaba sus corazones y les alegraba la vida.

También destinaban parte de su programación para hablar de personajes importantes de su municipio y medían la participación de su audiencia con llamadas y saludos de cumpleaños y avisos de diferentes tipos.

Para estos investigadores, este caso los puso a pensar que la programación musical con la que contaba esta emisora la alejaba de los propósitos de una emisora comunitaria, debido a que sus contenidos musicales no ayudaban a que la comunidad se reconociera como tal. A lo que les respondieron lo siguiente:

La gente está culturalizada con las emisoras comerciales. Aquí llegan las emisoras de Cali, y la gente escucha mucho vallenato. Uno tiene que asemejar una copia de “Tropicana” pero adaptarla al sistema comunitario. Esa música a la que ya están acostumbrados no se puede dejar de lado. Salsa, reggaetón... lo que sí es que hay que combinarle lo de la región. Hay

que adaptar la programación de las emisoras comerciales a las emisoras comunitarias.
(p.193)

Así pues, con la mencionada experiencia y la de los demás municipios recorridos, concluyeron que las similitudes en la precariedad de contenidos para la formación y el desarrollo de las comunidades, era una realidad que nadie estaba dimensionando. Teniendo en cuenta que, comunidades como la del municipio de La Sierra no han producido ningún otro uso o gestión de estos medios. Atribuyeron lo anterior a la falta de conocimientos que se tenía en el municipio, que para ese momento de la investigación no tenía licencia para el funcionamiento de su emisora. A la falta de recursos o a los silencios que debían guardar por encontrarse en zonas donde la violencia predominaba y se imponía sobre cualquiera de sus necesidades y sus ganas de forjar un lugar mejor para todos.

CAPITULO 2. EL CAMINO

Para llevar a cabo el componente investigativo del trabajo de grado propuesto, se hizo uso de una metodología mixta, con el fin de obtener datos de tipo cualitativo, con los diarios de campo y las entrevistas no estructuradas; pero también se tuvieron en cuenta los datos cuantitativos que proporcionó el diseño de sondeo de encuestas, con la finalidad de construir un esbozo de lo que podría ser el ideal de una nueva parrilla de programación que generara más resultados positivos en la audiencia de “*Bolívar Stéreo*”, con espacios de interacción y participación entre todos los involucrados de este ejercicio comunicativo comunitario.

Acercamiento.

Durante el acercamiento, se realizaron visitas al municipio de Bolívar Cauca, para llevar a cabo la presentación formal del grupo de trabajo a los directivos de la emisora “*Bolívar Stéreo*”. Después de haber expuesto los objetivos de la investigación y haber escuchado por su parte un poco de la historia, intereses, necesidades, preocupaciones y la importancia de la emisora en la comunidad, se solicitó un espacio más amplio que permitiera hacer una socialización más exhaustiva de la propuesta del proyecto definitivo. A partir de ese momento se construyeron intereses colectivos que permitieron el desarrollo de esta investigación, contando con la colaboración del director de la emisora y su grupo de trabajo. Así se concretaron fechas y horarios posibles para las reuniones y visitas a la emisora según el espacio de realización de cada horario en la parrilla de programación, y la disposición de los diferentes locutores que fueron brindando su tiempo para las entrevistas y para compartir el espacio mientras realizaban sus respectivos programas. Esto con el fin de que cada día en la emisora fuera productivo para la recolección de la información necesaria para empezar a cumplir los objetivos de la investigación.

Diseño y ejecución de entrevistas, encuestas y grupos focales.

Para continuar con el desarrollo de la investigación, se llevó a cabo el diseño de las entrevistas, encuestas y grupos focales, que se aplicaron en tres tipos de muestras representativas y diferentes de la comunidad.

Para las encuestas, no fue posible llevar a cabo la prueba piloto que se había pensado en un inicio, debido a uno de los picos de contagios de COVID y la negativa de las personas en el municipio, por temas de cuidado y prevención. Así que para reconocer los posibles fallos e imprevistos que la primera propuesta de encuesta tenía, se concertó una respectiva asesoría con el director del trabajo de grado, quien corrigió y sugirió cambios pertinentes que fueron útiles para el diseño final y aplicación asertiva de los cuestionarios aplicados, con la muestra representativa y correspondiente en los 18 barrios que constituyen al municipio de Bolívar. Lo anterior, con el fin de recolectar información de la comunidad sobre su participación en los procesos comunicativos y las sugerencias, aportes o comentarios frente al funcionamiento y dirección que actualmente rige en ese espacio de comunicación.

En la práctica, se pretendió llevar a cabo todo tal cual se planeó en el cronograma, pero como se mencionó anteriormente, el hecho de haber desarrollado parte de esta investigación durante la pandemia limitó considerablemente las posibilidades de acercamiento con la población que inicialmente se propuso, y los métodos de investigación también se modificaron.

Para conformar los grupos focales se planteó agrupar a las personas teniendo en cuenta los intereses que han contratado de alguna manera los servicios de la emisora, clasificados en tres tipos de categorías: música, franquicias y propagandas comerciales. Dicha información, tuvo una variación en el proceso de la práctica y los resultados obtenidos, debido a que durante la aplicación de lo planeado pudimos notar que, hay un fraccionamiento existente en la comunidad

por aspectos sociales, culturales y políticos que han conllevado a que los actores de los grupos focales sugeridos inicialmente, no se encontraran organizados como gremio. Sin embargo, dentro de la individualidad se intentó explicar las dinámicas y propósitos del trabajo investigativo, para poder reunirlos a todos en un mismo espacio y formar así los grupos, pero esto solo fue posible con el gremio de los músicos. Por lo anterior, se decidió no perder los referentes que se tenían de los otros grupos, por la perseverante idea de intentar reunirlos y se realizó la investigación llevando a cabo entrevistas individualmente, atendiendo a sus condiciones y disposiciones.

Por último, para el caso de las entrevistas, la aplicación se llevó a cabo con los integrantes del grupo directivo de la emisora. Donde la finalidad de las preguntas nos permitió reconocer en la muestra, datos relevantes sobre el concepto y los criterios que deben ser tenidos en cuenta para el funcionamiento de una emisora comunitaria, sobre el caso específico de la emisora “*Bolívar stéreo*”.

Sistematización de la información.

En este punto de la investigación se desarrollaron las transcripciones de los diarios de campo y la información clasificada de las entrevistas según su grado de relevancia. Se organizaron los datos arrojados por las encuestas, luego de su respectiva codificación, crítica, y corrección, para posteriormente situarlos en la base de datos de Excel correspondiente. Se estructuró información relevante a partir de gráficos y tablas de resultados que surgieron de los diferentes filtros indispensables para resolver el interrogante de la pregunta problema. Y se elaboró un análisis sobre la experiencia de los grupos focales, que permitió establecer conclusiones para la creación de la estrategia comunicativa, para fortalecer y mejorar el funcionamiento del medio comunitario “*Bolívar Stéreo*”.

Es importante recordar que los grupos focales establecidos al inicio de la investigación no se pudieron llevar a cabo puesto que, por diferentes problemas en el municipio, todos no aceptaron reunirse. Debido a esto optamos por mantener presentes a los actores de los que serían los grupos focales para finalmente hacer las entrevistas individuales con cada persona según su actividad o trabajo.

Una vez recolectada la información, a través de los diferentes métodos utilizados, se pudo deducir que la emisora Bolívar Stereo, requería promover una nueva alternativa y estrategia comunicativa que aportara en la organización, con el fin de mejorar el desarrollo y permitir el fortalecimiento participativo de este medio de comunicación local donde la programación musical dejara de ser el protagonista único y principal, y donde consiguieran incluir a la audiencia desde la educación, la cultura, la formación crítica y el respeto por el medio comunicativo..

Así pues, se dio lugar a la creación de una nueva parrilla de programación, acorde a las necesidades y gustos de la comunidad, que le permitiera a la audiencia involucrarse más con el proceso de hacer radio comunitaria. No solo para participar de los contenidos, sino también para entender que un medio como el que tienen a disposición no se mantiene por obra y arte magia.

En aras de poder plantear un análisis de lo que en temas de conversación quedó planteado bajo las metodologías sugeridas, se construyeron unos apartados titulados en concordancia con la centralidad de lo analizado en cada uno de los momentos obtenidos, durante las entrevistas y la información recolectada de los grupos focales.

Reconociendo el espacio. Descripción de entrevistas y hallazgos.

Para iniciar este largo viaje de investigación, en primera instancia se reconoció el lugar y a varias de las personas que convivían diariamente en él. Luego de un buen rato de interacción,

el director Elvar Collazos recibió la carta de presentación y puso a disposición del proyecto parte de su tiempo y ayuda para llevar a cabo todo lo planteado. La carta fue firmada y empezamos a concretar los acercamientos a corto, mediano y largo plazo.

Al presenciar parte de la transmisión del noticiero se observó el funcionamiento y el estilo con el que habitualmente presentaban noticias. Se identificó que la transmisión de las diferentes sesiones era grabada por medio de audios de WhatsApp y se evidenció que el único que hacía parte del programa en vivo era quien lo estaba dirigiendo, es decir el director Elvar Collazos. Se observó que para realizar el ejercicio comunicativo que sumaban a su experiencia diariamente, contaban con unas herramientas, pero dichas herramientas estaban un poco limitadas para la gran cobertura que manejaban. Es decir que, como ellos mismos lo afirmaban, no contaban con equipos idóneos para cumplir con los estándares de la labor comunicativa que estaban llevando a cabo, teniendo en cuenta el grado de los avances tecnológicos que existen en la actualidad.

Desde la organización o la logística que cubría el funcionamiento o la transmisión de la emisora, se observó que contaban con una sala de espera y otra sala donde estaba ubicado el máster. Una mesa amplia para invitados con dos micrófonos y uno en la silla principal.

Dentro de lo que se conoció sobre la emisora y la parte logística que se mueve tras el telón para posibilitar su funcionamiento, se obtuvo la información de que la emisora se ubicaba en el Barrio Centro del municipio, en unas instalaciones pertenecientes a la parroquia del pueblo, con la finalidad de garantizar un arrendamiento un poco más económico.

Las noticias iniciaron como habitualmente lo hacían, a las 6 de la mañana, sobre la información obtenida de otros medios del Cauca y de Colombia. Socializadas sin una previa preparación o estructuración, solo la convicción de quien en ese momento dirigía la transmisión

y unas posturas muy marcadas sobre lo que a título personal se podía concluir sobre cada tema leído y socializado.

De Bolívar Stéreo y sus locutores a la audiencia.

Para nutrir la investigación era muy importante hablar con quienes se desenvolvían en el medio. Por eso Elvar Collazos, el director, fue protagonista de gran parte de esta experiencia. Aseguró que el funcionamiento diario de la emisora continuaba vigente gracias a la vocación de quienes conformaban el equipo de la emisora y a la importancia que ellos le atribuían al medio con el que contaba su municipio, sin ninguna remuneración fija que les permitiera solventar sus necesidades de subsistencia diaria, reconociendo que ese espacio laboral no era propiciado por ningún ente gubernamental o empresa establecida que les garantizara sueldos fijos. Pero, según él y su modo de relato, con el corazón lleno de constancia y convicción por ese camino que habían escogido años atrás para sumar al crecimiento del lugar que un día los había visto nacer y crecer.

Agotados por el día a día, pero sobre todo por la perspectiva de su audiencia frente a sus modos de transmitir y funcionar, continuaban trabajando y brindando algo diferente a su audiencia, intentándolo todo para que una probable desaparición del medio que mencionaron, no se hiciera una realidad.

Así fue como, según Elvar, se ubicaron en la comercialidad y empezaron a cobrar por sus servicios, consiguiendo ingresos que les garantizaron el cubrimiento de las diferentes deudas que mantener un lugar como una emisora, les representaba.

Participantes como el locutor Carlos Zúñiga, el locutor Rodrigo Lozano, y el director Elvar collazos, coincidieron en que el manejo que se la ha dado a la emisora, siempre se

fundamentó sobre el ideal de servicio a la comunidad, contra el desinterés que durante mucho tiempo les ha mostrado su audiencia.

Lo que desconocen los oyentes.

Alex Gaviria y Andrés Acosta manifestaron que en la emisora se trabaja con lo que ellos prácticamente denominaban como lo básico. Razón por la cual han temido constantemente, pues aseguran que hay una condición de olvido que su medio comunicativo sufre por parte del gobierno. Y no solo porque no han recibido una ayuda para mejorar constantemente, sino porque al tener vulnerabilidad en la condición de sus herramientas se han expuesto a gastos mayores, debido a que cualquier condición o cambio climático, puede deteriorar sus artefactos y obligarlos a salir del aire, haciéndose acreedores de costosas multas y sinsabores inimaginables.

Comentaron que la comunidad piensa que ellos deben y pueden trabajar gratuitamente y que tienen formas y sueldos para correr con los gastos de la emisora, por ser una emisora comunitaria. Desconociendo la realidad de su situación económica y de sus recursos. Siendo esa, la mayor razón de las diferencias existentes entre el grupo “*Bolívar Stéreo*” y la comunidad.

Mencionaron que las pautas publicitarias, oscilan entre los cincuenta mil y los setenta mil pesos, y son las que remuneran un poco la labor de los diferentes locutores, y los esporádicos contratos les permiten saldar la deuda de su arriendo y el pago correspondiente a Sayco Acinpro (OSA), por temas de derechos de autor para los programas y para sus diferentes cuñas.

En el caso particular del entrevistado Alex Gaviria, cabe resaltar que, al hablarle de emisora comunitaria, pudo expresar que reconocía la finalidad de las emisoras comunitarias como los medios comunicativos que fueron diseñados para trabajar en función de la comunidad, ofreciendo espacios en veredas, barrios etc. Mencionó la diferencia del servicio que describió anteriormente, con el servicio de las emisoras comerciales, destacando que las emisoras

comerciales condicionan su funcionamiento a un orden organizativo diferente, con fines lucrativos y de impulso publicitario para casos particulares.

Alex Gaviria se ha desempeñado durante 25 años como locutor de la emisora comunitaria y aseguró que la emisora cumple un rol muy importante en el municipio, porque la audiencia según su perspectiva, responde bien a los contenidos que el medio ha ido ofreciendo durante la trayectoria.

Manifestó que el contacto emisora-audiencia se establecía a través de llamadas telefónicas y aseguró que ellos en su funcionamiento se han nutrido de las críticas de quienes los escuchan midiendo su alcance con la asistencia de las personas a sus actividades. Actividades que llevan como motivación el poder crear familia, de la mano de su aporte comunicativo.

¿Emisora comunitaria o comercial?

Conversando con los locutores activos Libo Mera, Elvar Collazos, Francisco Garcés, Alex Gaviria y Carlos Zúñiga.

Los locutores entrevistados coincidieron en que, una emisora comunitaria era un medio de comunicación que orientaba su funcionamiento y sus contenidos para el servicio de la comunidad, suscitando espacios de participación para quienes quisieran pertenecer o crear contenidos que de una u otra forma fueran útiles para el crecimiento y el desarrollo de las personas, sin ningún tipo de discriminación y con el ánimo de darle valor a las posturas del otro, sin imponer ni invalidar algunas en particular.

Todos hacían hincapié en que el concepto era algo muy idealizado por las personas del municipio de Bolívar, lo cual, hasta la actualidad se ha ido convirtiendo en una problemática de fuerte impacto al momento de estrechar las relaciones entre emisora y audiencia, pese a que legalmente estuvieran en total potestad de generar ingresos por su trabajo.

Empezar en un medio comunitario donde no todos tenían conocimientos y su participación era de tipo empírico, los llevaba a pensar que la coordinación y existencia del lugar al que le estaban prestando sus servicios sería un espacio de aprendizajes, al que podían pertenecer sin esperar nada a cambio. Pero, con el transcurrir del tiempo en la participación de las experiencias, fueron entendiendo que permanecer inmersos en la construcción del medio al que le estaban sirviendo les merecía remuneraciones. No solo porque de una u otra forma le sumaban al proceso comunicativo, sino también porque la emisora necesitaba entradas que permitieran darle continuidad a su existencia.

Era cierto que los malos entendidos que existían frente al servicio comunitario que ofrecían se llevaban el interés de la comunidad, pero como lo comentaron, la emisora seguía prestando sus servicios para todos, con errores y desaciertos en las diferentes iniciativas en las que se pretendía integrar a la audiencia, pero siempre con la voluntad de mejorar en contra de cualquier pronóstico negativo que se les cruzara. Lo cual los seguía clasificando, según su perspectiva, como emisora comunitaria.

Desde el punto de vista femenino.

Uno de los puntos controversiales expresados por la audiencia centraba su descontento en la participación nula por parte de las mujeres en la emisora comunitaria “*Bolívar Stereo*”. Razón por la cual se condujo la investigación hacia la conversación con una mujer del municipio que hizo parte de la emisora, para conocer su perspectiva sobre el medio comunicativo, desde su experiencia en el pasado como locutora y su experiencia en el presente como oyente.

Maritza Zúñiga inició su trabajo realizando cuñas radiales y se le brindó la oportunidad de hacer parte en la locución. Desde su punto de vista manifestó que a la emisora le hace falta mucho, ya que considera que esta muy centralizada y que su manejo está a cargo de las mismas

personas desde hace varios años. A lo cual le atribuye que no se encuentren contenidos innovadores ni significativos para la comunidad que los escucha

Afirmó que durante su participación trató de producir material de calidad mezclado con la participación de la audiencia, debido a que la programación de la emisora se enfocaba en gran parte en reproducir música, por lo que comenzó a investigar y a leer cada día más para preparar sus programas como toda una profesional. Cabe resaltar que también hizo parte de la emisora de manera empírica como lo han hecho todos, pero manifestó que durante su experiencia trató de regalarle a la audiencia una de los mejores espacios, pues hizo trabajo de campo y conversó con la comunidad para así poder generar información que fuera útil y veraz con el fin de que no cambiaran la estación radial después de las noticias. Este proceso fue tomando color y la audiencia participó activamente en estos espacios, pero lastimosamente no pudo continuar con su trabajo comunitario por asuntos personales y los programas perdieron continuidad.

Como oyente, considera que a la emisora le hacen falta muchos contenidos que integren a la audiencia, y que aporten a la comunidad y al desarrollo personal de cada individuo. Sugirió que los programas educativos sobre la salud y el comercio, podrían ser bastante útiles para la comunidad bolsiverde. Resaltó la importancia de integrar a las personas del municipio que tienen afinidad con la locución y que se han preparado profesionalmente para ejercerla, garantizando así la participación de otros actores en el proceso comunicativo y la instauración de las nuevas ideas y proyectos que quienes lleguen puedan proponer.

Los tiempos han cambiado y la radio también.

Según Efraín Arcos, ex locutor de la emisora, en Bolívar ha existido un cambio generacional de la radio. Alrededor de esa postura comentó lo siguiente:

“La emisora inició en los noventas cuando todavía no había celulares, por lo que no había la misma comunicación en la zona urbana como en la zona rural, entonces la emisora en mucho tiempo como que cumplió esa labor informativa y de entretenimiento.

Se habla del cambio también desde el género musical, de la manera de reproducir la respectiva música y de escucharla, pues antes lo que más se escuchaba y se programaba eran baladas y boleros, se reproducían gracias a los casetes y se escuchaban por medio del LP, por lo que la audiencia en la emisora “*Bolívar Stéreo*” tenía su esparcimiento escuchando música y tenía su información gracias al noticiero”.

Aseguró que en los tiempos de ahora son las redes sociales y las nuevas tecnologías las que reemplazan todo lo que una emisora puede ofrecer:

“Por medio de un Smartphone y un aplicativo se puede escuchar en cualquier parte la frecuencia de una emisora y sucede lo mismo al momento de crear una emisora porque ahora todo es digital. Lo cual es bastante preocupante porque las nuevas generaciones prefieren lo nuevo y no están prestos a participar en el medio y menos en uno tan pequeño y tan atrasado”.

Arcos mencionó, que en sus inicios la emisora contaba con un poco más de quince personas que ayudaban con el buen funcionamiento, haciendo campañas y acompañamientos en todos los eventos que el municipio presentaba y aseguró con mucha tristeza que la emisora seguía existiendo por la entrega del director Elvar Collazos.

Agregó que está convencido de que la participación de la comunidad es fundamental y que, si la emisora contará con ella, la realidad de “*Bolívar Stéreo*” sería muy diferente en cuanto a las relaciones, la sostenibilidad del medio y los contenidos ofrecidos en la programación.

¿La emisora sabe lo que la audiencia quiere? Y ¿la comunidad sabe lo que la emisora necesita?

Al dialogar con los locutores y la comunidad se pudo visualizar que solo tienen claro el concepto de emisora comunitaria como la encargada de trabajar en beneficio de las personas de la comunidad generando programas y servicios de información, de educación y de entretenimiento. Pero no tienen presente que las emisoras también son un ente representativo de todos los intereses que la misma comunidad tiene, ante el estado o los entes gubernamentales. Por lo tanto, la radio al ser comunitaria no solamente tiene que brindarle al oyente una información o entretenimiento, sino que los requieren como participantes activos de la información, para que se pueda realizar un trabajo conjunto brindando la oportunidad de convertirse en sujetos creadores de información y opinión, con el objetivo de que este proceso sea beneficioso para su visión del mundo y sus demandas sociales.

De este modo, los locutores Efraín Daza y Demetrio Zúñiga coincidieron en que la parrilla de programación siempre ha sido estructurada, sin percatarse de que los programas han basado su funcionamiento únicamente en la música. Es cierto que cambian de género, pero es netamente musical. Este es uno de los conflictos que tiene la comunidad con la emisora, puesto que lo que piden es que haya una variedad de programas con una diversidad de información que nutra el intelecto de los más jóvenes y que sirva de medio informativo para los demás.

Se concluye que la emisora no ha sabido qué es lo que la audiencia quiere escuchar, porque solo trabajan pocos y el tiempo como voluntarios tampoco les da para hacer más trabajo investigativo, o por ser empíricos no tienen el conocimiento para la creación de nuevos espacios.

La comunidad por su parte, no sabe que la emisora también necesita de su participación activa y constante para generar todos esos espacios y programas nuevos, de los cuales pueden

obtenerse muchos conocimientos y aprendizajes que aportan a las personas en su formación como seres humanos y a la emisora como medio comunitario.

Relación Alcaldía y la emisora *Bolívar Stéreo*.

Con la finalidad de conocer la interacción entre la Alcaldía y la emisora *Bolívar Stéreo*, se presentó la oportunidad de tener un diálogo con el Alcalde Jorge Macías, quien amablemente compartió su postura frente al tema.

En este diálogo el Alcalde indicó que su administración ha tenido una buena relación con la emisora contando con espacios para poder divulgar contenidos informativos de las diferentes dependencias entre las que se encuentran la Comisaria de Familia, Oficina de Deporte, Secretaria de Tránsito y Transporte, Secretaria de Cultura, Secretaria de Planeación e Infraestructura y la Oficina de Programas Sociales.

Algunas de las entidades anteriormente mencionadas cuentan con espacios establecidos durante la sección de noticias, debido a que se reconoce que ese es uno de los programas con más audiencia.

Macías (2023) destacó que a su administración le faltó gestionar y contar con una franja más amplia, en la cual al menos cada 15 días se socializara el desarrollo de la gestión por parte de la Alcaldía y el desarrollo de diferentes proyectos, obras y beneficios.

De igual manera, el Alcalde indicó que la poca frecuencia en cuanto a la interacción de su administración con la emisora se debió principalmente a la falta de recursos y a que no cuenta con un grupo de comunicación que se haga cargo de socializar cualquier tipo de información.

Grupos Focales.

En el desarrollo de la metodología de grupos focales, se presentaron una serie de dificultades, por lo cual, de los cuatro grupos planificados solo se pudo conseguir la ejecución como es debida con uno de ellos, siendo este el grupo focal de músicos. Para los grupos focales de emprendedores, comerciantes y jóvenes no fue posible establecer el diálogo en conjunto, debido a la división social que hay en la comunidad de Bolívar - Cauca por las diferencias políticas existentes. Por lo anterior se realizaron entrevistas individuales y aisladas para poder conseguir la información que se requería de acuerdo con los objetivos de la investigación.

Músicos (Wdilberto Rosero y Grupo la selecta 4 integrantes).

Como se mencionó al inicio del apartado, los grupos focales no pudieron ser posibles por la indisposición de la comunidad y su problemática con la unión gremial, por lo que estos grupos focales pasaron a ser parte de una serie de entrevistas individuales a diferentes actores sociales del municipio que estaban planeados con anterioridad como grupo.

Bolívar es considerado unos de los municipios más alegres y con grandes festividades, por lo que no se puede dejar atrás los múltiples grupos musicales que han surgido de estas tierras. Gracias a ello se realizó una serie de entrevistas a diferentes actores musicales, los cuales han tenido alguna relación directa con la emisora y han pagado por un servicio que la emisora les ha brindado. Así pues, se pudo deducir que no consideran que la emisora “*Bolívar Stéreo*” es comunitaria, porque al momento en que han requerido un servicio siempre han tenido que pagar y por lo que ellos tienen entendido los servicios que ofrecen deberían ser gratuitos por ser una emisora comunitaria.

Desde su punto de vista como artistas consideran que la emisora comunitaria es un medio que no debería usufructuarse de ninguna persona. Para ellos la emisora debería garantizar un

apoyo sin esperar nada a cambio, y un espacio a quienes lleguen ahí para compartir información, propuestas, proyectos y talentos.

Vocero del grupo de Jóvenes.

Al igual que los músicos, los jóvenes consideran que la emisora no tiene un enfoque comunitario. Según Camilo Rosero, vocero del grupo de jóvenes de Bolívar Cauca, la emisora si les ha brindado una serie de espacios en donde han proporcionado información a la comunidad, pero no es constante, lo cual ha reducido su participación y ha imposibilitado muchas de sus iniciativas.

Los jóvenes creen que deberían cambiar el chip de poner siempre la música comercial y optar por un espacio juvenil con más música alternativa y que esta no se vea sesgada, ya que los únicos programas musicales se enfocan en música comercial o de moda y aquellos espacios radiales se tornan a veces burlescos y satíricos hacia otras personas de la comunidad por lo que deciden cambiar de sintonía o apagar la radio.

Deduce que la emisora debería brindarles espacios completos a los jóvenes y no solo pensar en las entidades privadas, darles la oportunidad de hacer parte de ella, para que ellos puedan brindar información verídica e importante a la comunidad. Que los espacios que se brinden no se ubiquen únicamente en el horario del noticiero, sino que exista un programa determinado para que ellos puedan soltarse y crear buenos espacios comunitarios que les sirvan de experiencia en su vida cotidiana.

Dueños de negocios (Fabio Grijalba dueño de Digital Cell y Panadería Súper Pan de Nelfi Toro).

Los emprendedores se sienten inconformes porque la emisora, al igual que a los demás grupos, no les ha brindado un espacio para poder comercializar sus productos, ya que consideran

que al ser comunitaria debería estar a disposición de la comunidad sin cobrar precios tan elevados. Por otra parte, otro problema que mencionan es que las personas encargadas de la emisora deberían ser más objetivos porque al momento de hablar o pedir un espacio siempre se priorizan sus intereses sin tener en cuenta la de los demás.

Presienten que en el municipio cada quien hace sus cosas para su propio beneficio y no se trabaja en comunidad, por lo que creen que sería beneficioso que desde la emisora puedan concretar espacios que brinden la capacidad de unión, liderazgo y trabajo en equipo para el mejoramiento del pueblo y sus alrededores, y que desde allí se pueda generar un cambio en el municipio y en la emisora con un mejor desarrollo y funcionamiento desde la participación activa de los individuos.

La radiodifusión sonora comunitaria en Colombia está reglamentada por el Decreto 1981 de 2003, el cual la determina como: “Servicio público sin ánimo de lucro. Solo se puede acceder a ella como comunidad organizada, integrada por personas naturales y/o jurídicas, en la que sus integrantes están unidos por lazos de vecindad y colaboración mutuos en beneficio del desarrollo local y la participación comunitaria” (Juriscol, 2003, art.2).

Por lo que Nelfi considera que la emisora podría en forma de trueque, brindar el servicio a los trabajadores y ellos desde sus capacidades, poder ayudar a la emisora en lo que necesiten, logrando así el desarrollo local y la participación comunitaria que estipula el decreto.

Las encuestas.

Después de aplicar las encuestas, se sistematizó la información de las 14 preguntas realizadas, en coherencia con cada una de las respuestas obtenidas, para plantear conclusiones más claras sobre la situación de la emisora Bolívar Stereo y para la construcción de una posible

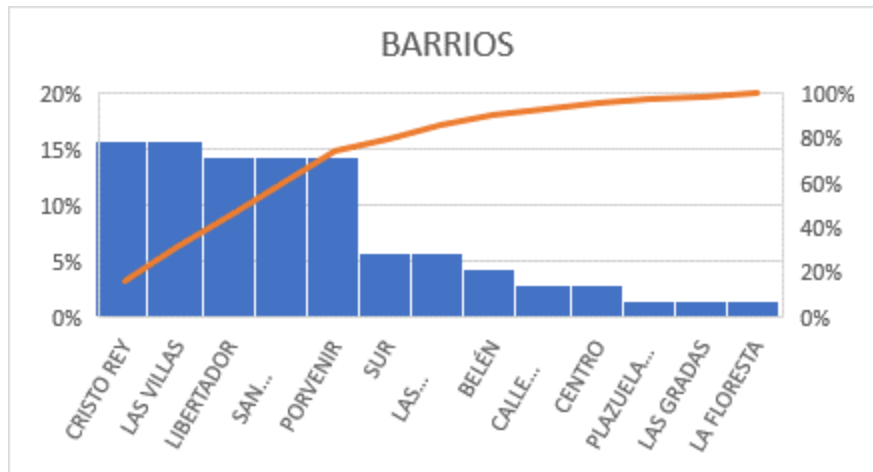
estrategia de mejoramiento en el proceso comunicativo de la radio comunitaria, de la siguiente forma:

BARRIOS	FI	FR
LIBERTADOR	10	14%
BELÉN	3	4%
CALLE NUEVA	2	3%
CENTRO	2	3%
SAN FRANCISCO	10	14%
CRISTO REY	11	16%
PORVENIR	10	14%
LAS VILLAS	11	16%
PLAZUELA ARBOLEDA	1	1%
SUR	4	6%
LAS MERCEDES	4	6%
LAS GRADAS	1	1%
LA FLORESTA	1	1%
TOTAL	70	100%

Tabla 1. Barrios abordados y cantidad de personas encuestadas. Fuente: elaboración propia.

Es importante destacar que, como meta principal, al pretender realizar las encuestas, teníamos planteado el poder encuestar a 10 personas por barrio que nos sirvieran como insumo para el desarrollo de la indagación en la investigación. Dichas personas eran entonces los representantes de las juntas de acción comunal de cada uno de los 18 barrios que constituyen el municipio. Es decir 180 encuestados.

Pero en el desarrollo de la práctica, solo pudimos contar con la participación de 70 personas, distribuidas sobre 13 barrios, como lo podemos observar en la gráfica 2.



Gráfica 1. Diagrama de barras para la distribución poblacional en los diferentes barrios de Bolívar-Cauca.

Lo anterior debido a la situación de pandemia y el temor al contacto con personas no pertenecientes al núcleo familiar. Al gran escepticismo y predisposición con todo lo referente a la emisora y finalmente, al poco interés de participar y ser encuestados.

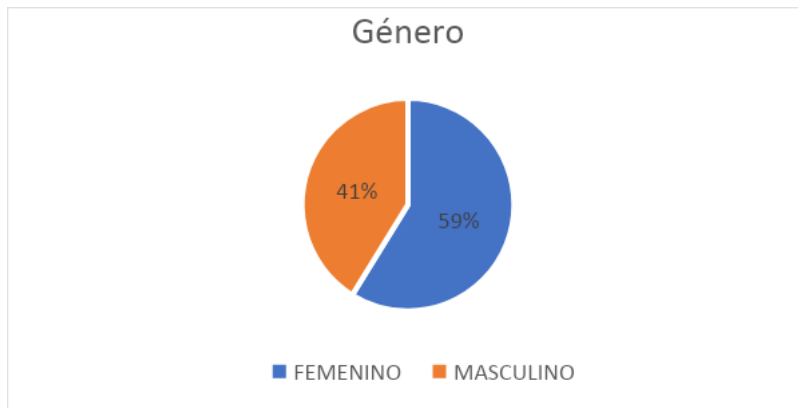
GÉNERO	Fi	FR
FEMENINO	40	59%
MASCULINO	28	41%
TOTAL	68	100%

Tabla 2. Hombres y mujeres que participaron en las encuestas.

El género fue uno de los factores que tuvimos en cuenta al momento de indagar sobre el funcionamiento de la emisora, debido a que en nuestro primer acercamiento con el público o audiencia de “Bolívar Stéreo”, pudimos recoger como opinión generalizada que las mujeres no tenían participación en los procesos comunicativos del medio. Situación que más tarde pudimos observar cuando conocimos el equipo de trabajo de la emisora, conformado actual y netamente por hombres del municipio.

Así pues, al realizar las encuestas contamos con la participación de 40 mujeres del municipio, que en cuanto a la cantidad de encuestados que se concretó en la práctica, corresponden al 59% del público objetivo del proceso de indagación. Y en el caso de los

hombres, tuvimos la participación de 28 encuestados, correspondientes al 41% restante de la totalidad de participantes.



Gráfica 2. *Distribución de género en las encuestas.*

De lo anterior pudimos concluir que la población femenina del municipio de Bolívar estaba más presta a dar a conocer su opinión sobre la emisora y sobre la labor que desempeñan como medio comunicativo comunitario, a partir de los diferentes factores expuestos en la encuesta. Confirmando así que el género femenino era el que más desplazado se ha sentido por lo que la emisora ha ofrecido a la comunidad.

Cabe resaltar que, al realizar la sistematización de los resultados de esta pregunta, nos encontramos con 2 personas que no marcaron la respuesta.



Gráfica 3. *Hombres y mujeres que escuchan la emisora "Bolívar Stéreo".*

SI ESCUCHA BOLÍVAR STÉREO	Fi	FR
FEMENINO	35	67%

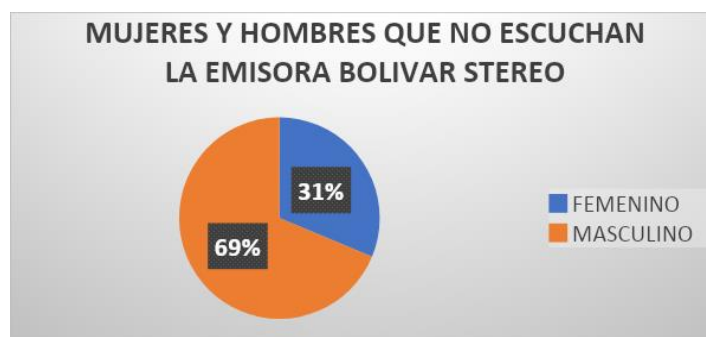
MASCULINO	17	33%
TOTAL	52	100%

Tabla 3. Hombres y mujeres que escuchan la emisora.

Según la sistematización de la información, 52 personas de las 70 encuestadas respondieron que escuchaban la emisora más de una hora al día. Y dentro de estas cantidades quienes afirmaron que escuchaban la emisora en mayor cantidad fueron las mujeres, que en su mayoría fueron amas de casa y madres de familia.

NO ESCUCHA BOLÍVAR STÉREO	Fi	FR
FEMENINO	5	31%
MASCULINO	11	69%
TOTAL	16	100%

Tabla 4. Distribución de hombres y mujeres que no escuchan la emisora “Bolívar Stéreo”.



Gráfica 4. Mujeres y hombres que no escuchan la emisora “Bolívar Stéreo”.

En coherencia con lo anterior, para esta pregunta se pudo observar que el desinterés o la audiencia más bajita de la emisora en relación a los 70 encuestados, se ubicaban en el género masculino. Debido a que 11 hombres aseguraron que no escuchaban la emisora y 5 mujeres eligieron la misma respuesta. Mientras que 2 de los encuestados, que completaban la cantidad de colaboradores de la encuesta, para esta pregunta tampoco proporcionaron una respuesta.

A partir de los acercamientos que se pudieron realizar a la emisora y a la comunidad, centramos uno de los objetivos de nuestra investigación en proponer una estrategia que lograra la participación de la comunidad en la emisora *Bolívar Stéreo*. Por lo tanto, se desglosaron una

serie de preguntas que daban cuenta de la interactividad y conocimiento sobre la emisora. Estas preguntas ayudaron a resolver las dudas sobre las falencias que se han presentado con respecto a la participación.

En la encuesta se preguntó sobre el conocimiento que tenía la comunidad sobre el significado de una emisora comunitaria, a lo que el 74% de las personas respondió que sabía lo que era, mientras que el 26% de los encuestados respondió no tener idea de lo que significaba, por lo que se pudo denotar que un gran porcentaje de la comunidad sabía de lo que la emisora comunitaria “*Bolívar Stéreo*” debía aplicar y tener en cuenta para trabajar con la comunidad.

¿CONOCE QUÉ ES EMISORA COMUNITARIA?	FI	FR
SI (1)	52	74%
NO (2)	18	26%
TOTAL	70	100%

Tabla 5. Población encuestada que conoce lo que es una emisora comunitaria.

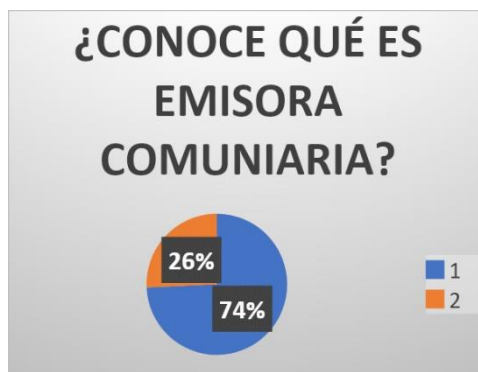


Gráfico 5. Población encuestada que conoce lo que es una emisora comunitaria.

En concordancia con lo anterior, se preguntó sobre la participación que ha tenido la comunidad en la emisora “*Bolívar Stéreo*”, a lo cual solo el 16 % de todos los encuestados, manifestaron que han participado. Es decir, 11 personas de los 70 encuestados han tenido vínculo con la emisora. Mientras que 59 personas que representaron el 84% restante de los encuestados respondieron que no participaban.

¿HA PARTICIPADO EN LA EMISORA?	FI	FR
SI (1)	11	16%
NO (2)	59	84%
TOTAL	70	100%

Tabla 6. Población encuestada que ha participado en la emisora.



Gráfica 6. Población encuestada que ha participado en la emisora.

¿COMÓ PARTICIPÓ EN LA EMISORA?	FI
LLAMANDO A PROGRAMAS	9
ELABORACIÓN DE PROGRAMAS	0
TEMAS PARA PROGRAMAS	3
CLASIFICADOS	1
ASISTIENDO A ACTIVIDADES DE LA EMISORA	8
DENUNCIANDO PROBLEMATICAS	2
OTROS	0
TOTAL	11

Tabla 7. Población encuestada que ha participado en la emisora y su forma de participación.

De las 11 personas que han participado en la emisora, se encontró que el tipo de interacción que han tenido se ha visto mayormente reflejada cuando llaman a participar de los programas que la emisora ofrece, y cuando asisten a las actividades que la emisora divulga para contar con su presencia, que en su mayoría han sido eventos representativos para la cultura de los bolsiverdes.

Gracias a la sistematización de la encuesta, podemos concluir que la participación de la comunidad en la emisora “*Bolívar Stéreo*” es mínima y según los parámetros que deben ser tenidos en cuenta para ofrecer contenidos, en el medio predominan los programas de tipo

musical que también obedecen al aporte de la distracción de la audiencia, pero no suscitan espacios para educarse o aprender.

Finalmente, se pudieron identificar diferentes aspectos por mejorar, entre los cuales se encontraron los programas y los espacios disponibles para la comunidad en la programación de la emisora.

Los programas que surgieron a partir de los acercamientos tienen como finalidad y propósito conseguir que la emisora comunitaria “*Bolívar Stéreo*” tenga una mayor audiencia, además de que la comunidad adquiriera un mayor sentido de pertenencia con la emisora y a su vez la programación de ésta sea más del agrado de los oyentes y con una mayor participación de la comunidad.

De acuerdo a lo anterior y con los aportes de información que proporcionaron las personas que iban a conformar los grupos focales, se planteó como alternativa una programación elaborada con y para la comunidad denominada “La Parrilla”, compuesta por diferentes programas enfocados a diferentes públicos. Programas que se desglosan y explican en el capítulo siguiente.

CAPÍTULO 3 - LA PARRILLA

La creación de una estrategia que permitiera y promoviera el desarrollo y fortalecimiento de la emisora comunitaria “*Bolívar Stéreo*”, era una tarea compleja, pues según la información recolectada y a partir de los estudios previos realizados, encontramos que este medio radial y quienes lo dirigen han funcionado por años con una estrategia en la que la comunidad, realmente no se ha sentido involucrada.

Collazos (2022), comentó que la parrilla de programación que habían expuesto ante el MINTIC hablaba de unos contenidos que se enfocaban en diferentes alternativas para los gustos y necesidades de la comunidad. Sin embargo, dicha parrilla no había tenido el grado de aceptación de la población. Además, frente a las características negativas del proceso se sumaba que la emisora no había contado con suficientes locutores o personas que pudieran encargarse de direccionar y realizar este tipo de contenidos. Lo cual para la investigación fue un referente que evidenciaba lo que la audiencia en las encuestas y los representantes de los grupos focales ya habían manifestado en relación con la problemática de que no se les brindaban espacios de creación de contenidos, teniendo en cuenta que así podrían lograrse resultados positivos de participación para la audiencia y de elaboración de programas nuevos que pudieran representar un avance en el medio comunicativo. Lo anterior justificó un poco más el hecho de que la emisora funcionara en gran medida bajo un mismo enfoque.

Teniendo en cuenta la información recolectada a través de las encuestas, las entrevistas realizadas y los diarios de campo, se hizo necesario plantear una reestructuración y creación de una parrilla de programación eficaz y precisa que fuera acorde a las necesidades y gustos de la población oyente, y que de igual manera se acomodara a las nuevas formas de transmisión de la información con las que han contado, en aras de que no se tomara más como una excusa el hecho

de que algunas personas no pudieran estar presentes para crear contenidos o transmitirlos, sino que por el contrario, esta ausencia de contenidos para la comunidad fuera el pretexto perfecto para vincular en el proceso a todos los interesados, incluso desde la comodidad del lugar en el que pudieran encontrarse, brindando espacios a quienes escucharan y dejando en evidencia que es muy posible involucrar más personas en el proceso desde diferentes temáticas y contenido a través de las nuevas herramientas comunicativas existentes.

Fue esa la razón por la cual se decidió diseñar o plantear una parrilla de programación que involucrara a la audiencia de manera oportuna y precisa, donde fueran ellos también los protagonistas de cada espacio y/o contenido radial, partiendo de que en estas franjas informativas siempre estuviera presente el poder resaltar la cultura, el arte, la tradición, la historia del municipio y sus habitantes para lograr así un trabajo mancomunado que consiguiera crear contenidos educativos, pedagógicos, artísticos, y de ocio para poder ubicar al funcionamiento de la emisora en algo cada vez más cercano al funcionamiento de una emisora comunitaria.

Contenidos de la parrilla de programación propuesta.

Las emisoras comunitarias son un servicio público participativo y pluralista, orientado a satisfacer necesidades de la comunicación en el municipio o área objeto de cubrimiento, facilitando el ejercicio del derecho a la información y la participación de sus habitantes a través de programas radiales que promuevan el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía. (MINTIC, 2023)

Partiendo de los detalles anteriormente mencionados quisimos en primera medida hacer un aproximado de los programas que podrían entrar a dar variedad e identidad de emisora comunitaria a la emisora “*Bolívar Stéreo*”, organizándolos durante diferentes días a la semana

para lograr una buena distribución de tiempo y de intereses para la audiencia, buscando así que si dicha propuesta lograra ser aceptada y aplicada, no hubiera lugar a la saturación o el aburrimiento por incorporar todo para todos los días, sino por el contrario, poder lograr la adaptación del público y su participación, exitosamente. Cabe resaltar que esta propuesta también está basada en lo que cada método de investigación nos arrojó, según el pensamiento de las personas que nos colaboraron en el proceso.

Presentamos a continuación el resultado:

Noticiero

Sinopsis: El noticiero no tendría una variación dentro del contenido ofrecido, en el sentido de que su funcionalidad siempre ha estado basada en la información del día a día. Contenidos noticiosos de tipo local, nacional e incluso internacional, moverían la emisión según lo que cada uno de los participantes ofreciera dentro de sus reportes.

Horario: 5:00 am a 8:00 am. El horario para el noticiero se sugirió teniendo en cuenta que la población manifestaba que iniciar los días informados en un municipio como Bolívar era importante, porque les permitía reconocer diferentes situaciones y sucesos determinantes en el desarrollo de su día a día.

Frecuencia: De lunes a viernes. Estos son los días en que el público se encuentra más interesado en sintonizar y enterarse de lo que acontece en el municipio, departamento o país, pues es el tiempo en el que se cumple la mayor parte de actividades laborales

Duración: 3 horas.

Público objetivo: Un programa como estos puede ser de uso informativo para todo el público en general, en razón de que todo lo que ahí se socialice incluye normalmente, temáticas

de interés del municipio de Bolívar y sus acontecimientos que pueden tratarse de noticias sobre situaciones, problemáticas, iniciativas, invitaciones, actividades, etc.

Forma discursiva en la que se organiza el programa: Mono lógico.

Instancias enunciativas de cada programa: Dirige Elvar Collazos.

Estructura narrativa (escaleta): Este programa se divide en secciones:

1. Se hace un recuento general de las noticias a nivel internacional, nacional, departamental y local.
2. Se brinda una ampliación de noticias locales.
3. Se desarrollan los deportes. En esta sección se plantea la importancia de tener en cuenta lo que sucede en el Municipio referente a las escuelas y procesos deportivos que se llevan a cabo en esta localidad, así mismo informar los eventos deportivos que realizan sectores públicos y privados.
4. En el desarrollo de las noticias se abre este espacio con el fin de generar interés a la lectura y a la reflexión, esto como una píldora para iniciar el día.
5. Espacio para que la institucionalidad del municipio se haga participe dentro del noticiero para que presenten información importante e inmediata que la ciudadanía necesite conocer.

Criterios mínimos de noticiabilidad (parámetros editoriales, es decir, cómo y quiénes escogen los temas que se tratarán en cada emisión de cada programa): El contenido a transmitir lo escoge cada uno de los locutores, pero es importante que el director establezca unos parámetros con el fin de que no redunden en las noticias y todo sea más organizado. También es importante que, para el desarrollo de esta programación, la información socializada provenga de una fuente que garantice a los oyentes datos verídicos.

Formas de financiación del programa (pauta, cuñas, menciones, patrocinios, recursos públicos, donaciones, voluntariados, etc.): La forma de obtener financiación de estos programas, es viable por medio de pautas, cuñas, menciones y patrocinio. Sin embargo, es importante tener tarifas cómodas que permitan a la comunidad acceder fácilmente. Sin dejar de lado que en algunas ocasiones es factible prestar el servicio sin esperar remuneración.

Modos de emisión: En vivo y pregrabado, para que quien este encargado de la emisora pueda coordinar desde la cabina la presentación y el desarrollo del programa, teniendo en cuenta la posibilidad de que quienes participen en la locución preparen sus aportes y los proporcionen con grabaciones para la adaptación de la escaleta anteriormente mencionada.

Medios de transmisión: Por onda y por streaming.

Formas de interacción con la audiencia: Las llamadas telefónicas facilitarían la interacción cuando las noticias susciten espacios o escenarios de opinión. El correo electrónico funcionaría como un espacio en el que se oficialicen las peticiones las quejas o los reclamos sobre el desarrollo del funcionamiento de la emisora. Esto con el fin de llevar una trazabilidad y un orden de cada proceso, en el que se dé valor a las percepciones de la audiencia, para lograr así una retroalimentación constante para mejorar el medio. La presencia en el estudio es de vital importancia porque les permite a los asistentes aportar en cada programa al que estén invitados o tener un espacio para crear contenido importante para la audiencia. Involucrar posturas y por qué no, incentivar prácticas que fortalezcan talentos alrededor de la locución y la comunicación, en quienes participen. Las redes sociales son una herramienta comunicativa que puede permitir el reconocimiento de temáticas necesidades pensamientos y posturas de la audiencia, a través de encuestas, historias, votaciones, escritos, etc. Lo cual es de vital importancia para un medio que quiere crecer de la mano de su audiencia

Paratextos si los hay (formas de publicitar los programas, páginas web, fanpages en Facebook, redes sociales adicionales como Facebook, Twitter e Instagram, canales de YouTube, etc.) También, si se alojarán los programas en internet: No cuentan con estos espacios y el personal administrativo es reducido para implementarlos.

El Megáfono.

Sinopsis: El megáfono sería un espacio matutino que brindaría o daría lugar a la comunidad para que pudiera dejar sus mensajes a familiares, amigos y conocidos, como saludos, avisos parroquiales o publicidades para sus emprendimientos o negocios.

Lo cual sería muy útil para poder brindar a los emprendimientos una oportunidad de ser visibilizados. En este espacio harían participación el locutor encargado, la comunidad en general y todos los emprendedores que quieran dar a conocer su trabajo.

Horario: El horario del megáfono podría estar dispuesto para los días viernes a las 10 de la mañana, durante una hora. Esto con el fin de que pueda lograrse una interacción masiva con la audiencia, para de este modo poder garantizarles la participación activa del proceso comunicativo, dando a conocer sus emprendimientos, con contextos pequeños de cada uno y de sus utilidades y también para que puedan dejar mensajes cortos a sus familiares o amigos en ocasiones especiales.

Frecuencia: Semanal, porque este es uno de los días en el que más se dinamiza el comercio del municipio, considerando importante que pequeños, medianos y grandes emprendimientos logren visibilizar sus negocios no solo en la cabecera municipal sino también con la gente del sector rural que visita el casco urbano en este día.

Duración: 1 hora, es un tiempo considerable para que diferentes personas en calidad de emprendedores establezcan interacción con el locutor y los oyentes, que en términos de cercanía

del lugar, podría garantizar la participación de la audiencia si por ejemplo, se realizaran concursos en los que la presencia de las personas determinara alguna ganancia referente a los productos y servicios que los emprendedores ofrezcan.

Público objetivo: Comunidad en general. Es importante que las personas del sector urbano y rural conozcan de este tipo de espacios informativos, donde se manifieste con claridad una oferta de lugares que presten servicio de venta y adquisición de elementos y /o productos, con el fin de que los oyentes en calidad de usuarios finales identifiquen la mejor oferta y adquieran artículos de gran calidad y les permitan ser útiles en sus labores domésticas, laborales o de esparcimiento.

Forma discursiva en la que se organiza el programa: Dialógica conversacional. Porque permite a los emprendedores tener una mejor cercanía con la audiencia y así poder brindar una mejor información de sus productos.

Instancias enunciativas de cada programa: 1 locutor

Estructura narrativa (escaleta): El locutor organiza un espacio de 10 minutos para 5 participantes, con presentaciones cortas del tema a socializar o publicitar. Hace una introducción y motiva a las personas dueñas de negocios a participar del programa.

Criterios mínimos de noticiabilidad (parámetros editoriales, es decir, cómo y quiénes escogen los temas que se tratarán en cada emisión de cada programa): Pensando en la posibilidad de que la comunidad no responda al llamado en la transmisión en vivo, es importante que el locutor encargado haya hecho una investigación previa de los emprendimientos y así otros se motiven a buscar el espacio y hacerlo más dinámico.

Formas de financiación del programa (pauta, cuñas, menciones, patrocinios, recursos públicos, donaciones, voluntariados, etc.): Como la idea de este programa es

visibilizar los emprendimientos no consideramos necesario establecer una tarifa, por el contrario que estos negocios que vayan acceder al servicio realicen donaciones voluntarias y que estas sean utilizadas en labores sociales o actividades que beneficien a la emisora.

Modos de emisión: En vivo, porque permite la interacción inmediata con los oyentes que deseen adquirir el servicio y necesiten claridad de la información.

Medios de transmisión: Por onda y por streaming

Formas de interacción con la audiencia: Llamadas telefónicas, porque permite a los emprendedores dar a conocer su emprendimiento desde el lugar de sus trabajos y también porque permite a los posibles compradores solicitar mayor información de los productos o bienes en venta. Por otra parte, consideramos que las redes sociales facilitan el servicio y la adquisición de los productos, es por esto que la información de los enlaces de las redes sociales que tengan los emprendimientos será de gran utilidad para poder ubicar y acceder fácilmente al servicio.

Paratextos si los hay (formas de publicitar los programas, páginas web, fanpages en Facebook, redes sociales adicionales como Facebook, Twitter e Instagram, canales de YouTube, etc.). También, si se alojarán los programas en internet: No cuentan con estos espacios y el personal administrativo es reducido para implementarlos.

Talento bolsiverde.

Sinopsis: Uno de los focos de las emisoras comunitarias según el Ministerio de las TICS, es poder incentivar la cultura de cada lugar al que pertenece dicho medio, con el fin de preservar las tradiciones; y en ese orden de ideas a quienes se incentiva es a las personas que enriquecen esas culturas de uno u otro modo y a quienes participan de ellas con sus diferentes talentos.

Por lo anterior, esta parte de la programación está destinada para dar lugar al talento de las personas del municipio, que se dedican a construir y cultivar los globos de papelillo, los

artesanos que engalanan el carnaval con sus creaciones típicas, como lo son los años viejos, comparsas y carrozas, a los creadores de música, quienes al sonido de los bombos y las flautas fortalecen costumbres del municipio. Todo este tipo de actores necesitan expresar y dar a conocer su talento bien sea como invitados para dar contexto a la audiencia sobre la persona y su talento o simplemente para enaltecer las costumbres y reconocer las raíces propias de sus antepasados y las tradiciones.

Horario: Es importante recalcar que, por su diversidad cultural, los pobladores del municipio de Bolívar cuentan con gran talento, es por ello que consideramos que el día sábado en horas de la tarde, este tipo de talentos cuenten con un espacio de una hora, para socializar sus experiencias y aprendizajes, logrando así influir positivamente en las nuevas generaciones.

Frecuencia: Semanal. Debido a que son muchos los artistas pensamos que es importante influir en la audiencia y crear una costumbre a través de este medio de comunicación tan significativo, para poder dar la importancia que se merecen cada uno de los conocimientos que cada persona pueda expresar y con esta frecuencia dar un aporte potente y característico de transmisión a la cultura del Municipio.

Duración: 1 hora, porque al realizarse en medio de transmisión de podcast, permite presentar a 2 artistas, artesanos y/o músicos por programa, logrando variar y realizar contenidos interactivos entre actores a presentar.

Público objetivo: Comunidad en general. Es importante que niños, niñas, adolescentes, jóvenes y adultos mayores, se interesen y permitan generar espacios de historia, cultura y tradición, así mismo que escuchen de las diferentes formas de crear, diseñar y proponer muestras artísticas culturales y autóctonas en pro de masificar el arte de los bolsiverdes.

Forma discursiva en la que se organiza el programa: Dialógico conversacional, porque permite a quien dirige estructurar una indagación acorde a cada personaje y de sus talentos, conocimientos y aportes a la comunidad.

Instancias enunciativas de cada programa: (Locutor- invitado)

Estructura narrativa (escaleta): Se dividiría en dos momentos, donde se presenten dos actores culturales con conocimientos y experiencias diferentes.

Criterios mínimos de noticiabilidad (parámetros editoriales, es decir, cómo y quiénes escogen los temas que se tratarán en cada emisión de cada programa): El locutor encargado de dirigir el podcast será quien escoja la forma de realización y los invitados del programa.

Formas de financiación del programa (pauta, cuñas, menciones, patrocinios, recursos públicos, donaciones, voluntariados, etc.): Donaciones voluntarias de artistas, artesanos, músicos y del comercio que se interesen por este tipo de programas.

Modos de emisión (Pregrabado), es importante aclarar que este tipo de personas con frecuencia se dedican a crear y diseñar su arte, es por ello que este modo de emisión facilitaría al locutor y al invitado la posibilidad de realizar un programa interesante, llamativo y novedoso

Medios de transmisión: (Podcast)

Formas de interacción con la audiencia (llamadas telefónicas, correo electrónico, presencia en el estudio, participación en la emisión, redes sociales): Este programa no tiene interacción con la audiencia debido a que se realizaría por medio de podcast.

Todos somos Bolívar.

Sinopsis: Se ha pensado este espacio en aras de poder establecer un vínculo más fuerte con la comunidad y fortalecer la participación de la misma en los procesos que se han tejido en

torno al bienestar del municipio y sus habitantes. Trataría de la visibilización no solo de los problemas que existan sino también de las posibles soluciones que surjan a través de la opinión de la audiencia y de la invitación de interesados que quieran participar en la mejoría de las situaciones que se socialicen. Este contenido radial, permite a la comunidad del municipio de Bolívar informarse y participar colectivamente de cada uno de los proyectos que se realizan en aras de buscar un progreso, con el fin de que todos los ciudadanos se encuentren debidamente informados. De igual manera, sería el espacio para que todas las instituciones privadas y de orden público, pudieran socializar y explicar todo lo que deseen llevar a cabo y necesite de la aprobación, debate y acompañamiento de la comunidad.

Horario: 5:00 pm a 7:00 pm, porque es un horario que se presta para la socialización de los temas a tratar en las oficinas, los hogares, lugares de trabajo, restaurantes y emprendimientos.

Frecuencia: Semanal, este programa se llevará a cabo el día jueves esto con el fin de lograr una mayor sintonía e interés en la audiencia.

Duración: 2 horas, porque en este lapso de tiempo se puede lograr el espacio para debatir las diferentes temáticas y concertar encuentros o alternativas alrededor de cada tema expuesto.

Público objetivo: Comunidad en general. Es importante que la comunidad del municipio de Bolívar haga parte de la construcción de nuevas estrategias, proyectos, alternativas y actividades que permitan el desarrollo del tejido social.

Forma discursiva en la que se organiza el programa: Mesa redonda, porque permite la interacción de los principales exponentes y actores. Y así mismo la integración y opinión de la comunidad que desee hacerse partícipe.

Instancias enunciativas de cada programa: (1 locutor - 1 moderador - invitados)

Estructura narrativa (escaleta): El locutor hace la introducción del programa y establece el tema a desarrollar, para que de esta manera puedan darles una ejecución apropiada a los invitados. Esta estructura se desarrollaría de forma espontánea y de acuerdo a lo que la conversación y las temáticas vayan desencadenando.

Criterios mínimos de noticiabilidad (parámetros editoriales, es decir, cómo y quiénes escogen los temas que se tratarán en cada emisión de cada programa): El locutor y el moderador pueden ser los encargados de escoger los temas de interés comunitario, para que de este modo puedan realizar las respectivas invitaciones con anticipación.

Formas de financiación del programa (pauta, cuñas, menciones, patrocinios, recursos públicos, donaciones, voluntariados, etc.): Pautas y cuñas.

Modos de emisión: En vivo, porque al ser un programa que se realice en mesa redonda, facilita y permite hacer posible el debate de ideas.

Medios de transmisión: Por onda, por streaming.

Formas de interacción con la audiencia: Llamadas telefónicas, presencia en el estudio, participación en la emisión, redes sociales.

Bolívar Joven.

Sinopsis: La juventud es parte fundamental de la sociedad, por ello pensamos en brindarles un espacio en el que puedan aprender, contar, mostrar y conocer de todos los temas de su interés, tales como cultura, música, mitos, leyendas, política, entre otros temas, que deseen investigar o que sean de su preferencia, siendo ellos mismos los protagonistas desde la cabina, dirigiendo su propio programa, lo cual hará que la audiencia a la que está dirigido el programa se motive y se integre positivamente.

Es importante que los jóvenes desde sus conocimientos logren transmitir y generar nuevas ideas ante sus diferentes inconformidades, pues estos, están llamados a ser parte de originar nuevos cambios sociales que permitan el progreso en su comunidad.

Horario: 6:00 a 7:00 p.m., creemos que es un horario en el cual los jóvenes ya han terminado con sus actividades académicas o laborales, la cual les permite dirigir su programa y poder establecer temas de interés participativo en el que sean escuchados de manera masiva por la audiencia.

Frecuencia: Quincenal el día miércoles, consideramos que es una frecuencia correcta, para que los jóvenes pueden preparar con claridad y certeza, diferentes problemáticas sociales, además se busca que las instituciones educativas estén presentes de alguna manera y sean una pieza fundamental en la construcción y posible resolución de problemáticas que afectan a los mismos.

Duración: 1 hora, porque consideramos que es un tiempo adecuado para obtener la atención del público objetivo y de este modo poder dar claridad a cada uno de los temas a tratar. Además, que según la forma de transmisión es un tiempo adecuado para poder darles participación a los invitados.

Público objetivo: Consideramos que, en primera medida, el público objetivo podría centrarse en la juventud desde los 15 años a los 30, respondiendo a la necesidad de crear espacios para esta parte de la audiencia. Entendiendo que ellos mismos, puedan ser quienes conduzcan el programa con temáticas consideradas útiles para su desarrollo intelectual y personal.

Forma discursiva en la que se organiza el programa: Dialógico conversacional, ya que lo que se pretende en este espacio es potencializar el talento juvenil y que mejor que en una

conversación fluida, respetuosa y educativa, que genere conciencia y enseñanza en cada uno de los oyentes de la emisora.

Instancias enunciativas de cada programa: En este caso el programa Bolívar joven estará dirigido por un joven locutor interesado en hacer parte de la emisora desde la cabina, quien dará pie al programa y permitirá a los oyentes conectar con el espacio, a partir de ahí se transmitirán las emisiones pregrabadas o también cuando sea posible la transmisión en vivo de un grupo de jóvenes que deseen darle desarrollo al programa y sus temas, estos serán capacitados con anterioridad para que puedan desenvolverse en el campo de la radiodifusión con tranquilidad y puedan entregar a la audiencia un buen trabajo.

Estructura narrativa (escaleta): El locutor da la introducción y bienvenida al programa y según el invitado y los temas a tratar, se desarrollarán preguntas que permitan a interacción constante, no solo entre quienes se encuentren propiciando el espacio en la emisora sino también de la audiencia que los esté escuchando.

Criterios mínimos de noticiabilidad (parámetros editoriales, es decir, cómo y quiénes escogen los temas que se tratarán en cada emisión de cada programa): Los encargados de elegir los temas y de cómo quieren tratarlos será el grupo de jóvenes que harán parte del programa, a partir de ahí por medio de la emisora y de algún docente que pueda apoyar a estos jóvenes con la redacción se organizará una junta para que todo de lo que se vaya a hablar y tratar en el programa sea apto para la audiencia y así entregar un buen trabajo en cada sesión.

Formas de financiación del programa (pauta, cuñas, menciones, patrocinios, recursos públicos, donaciones, voluntariados, etc.): Se considera que en ese caso los chicos que quieran hacer parte del programa serían voluntarios para la emisora, por lo tanto, apoyan a su emisora comunitaria y por otro lado aprenderían el arte de la locución.

Modos de emisión (en vivo, en directo, pregrabado): Se pretende que en el programa haya una mezcla de emisión, pregrabada, por una parte, para que se puedan enfocar en un tema en específico, investigar y entregar un producto completo sobre un tema en especial, sin pausas. Y por otro lado, emisiones en vivo para las temáticas que requieran de participación de la comunidad en general. Es decir que según los temas a tratar se elegirá sí se usa el modo pregrabado o en vivo.

Medios de transmisión (por onda, por streaming, podcast o combinando los anteriores): Teniendo en cuenta lo anterior en este caso se utilizarán podcast para algunas sesiones según el tema a tratar y por streaming en donde participará el grupo de jóvenes encargados y la audiencia.

Formas de interacción con la audiencia (llamadas telefónicas, correo electrónico, presencia en el estudio, participación en la emisión, redes sociales): La manera de interactuar en este caso con la audiencia será por medio de llamadas telefónicas y por medio de las redes sociales. Las llamadas se recibirán cuando el programa se esté transmitiendo en vivo para escuchar las diferentes opiniones y así abrir debates cortos y se leerán los comentarios o mensajes que dejen por medio de las diferentes plataformas digitales. Cuando el programa sea pregrabado, la audiencia tendrá su interacción por medio de las redes sociales únicamente ya que al ser pregrabado el tiempo estaría limitado.

El Jardín bolsiverde.

Sinopsis: Los niños del Municipio también son oyentes y audiencia de la emisora, y es esa la razón por la cual queremos pensar en ellos desde un programa corto que pueda relatarles adivinanzas, cuentos, e historias que les permitan participar del proceso comunicativo, aprender y divertirse. Nos enfocamos también en este espacio porque fue uno de los programas que más

solicitaron las personas entrevistadas, haciendo referencia a la importancia de vincular a los más pequeños en estos proyectos radiales, ya que es muy adecuado exaltar el trabajo de los niños por estos medios de comunicación y permitir que desde pequeños puedan vincularse al desarrollo de la cultura y el aprendizaje, abriendo nuevos espacios de esparcimiento.

Horario: Queremos proponer un horario que cubra la tarde, en un espacio de 3:00 pm a 4:00 pm, teniendo en cuenta que esas, son horas en las que los niños del Municipio están fuera de los colegios y escuelas y así pueden escuchar y participar del espacio radial, mientras descansan de sus jornadas escolares. Para evitar la saturación del público oyente sugerimos una extensión de una hora, esperando los resultados de la primera implementación que, si se lleva a cabo, y es bien recibida, puede entrar a desarrollarse con mucho más tiempo de socialización.

Frecuencia: Semanal, miércoles y viernes. Teniendo en cuenta que son días en los que las labores diarias tienen continuidad y mantener activos a los niños puede ser un buen hábito de aprendizaje y responsabilidad en sus prácticas académicas, porque los motiva a aprender y a interesarse por conocer del medio a partir de sus propias proposiciones e indagaciones.

Duración: 1 hora, porque es un tiempo prudente para que los niños no se distraigan.

Público objetivo: Niños y niñas entre 4-13 años. Porque son las edades en las que los niños y niñas todavía pueden ser receptivos a la enseñanza y aprendizaje que los contenidos de este programa les pueda permitir.

Forma discursiva en la que se organiza el programa: El jardín bolsiverde está pensado para ser desarrollado en forma dialógica conversacional, con el fin de sacar a flote toda la espontaneidad de la niñez del municipio, logrando su confianza y su intervención sin ningún tipo de presión que reprima sus personalidades o sus pensamientos reales.

Instancias enunciativas de cada programa: Como los niños no son expertos en temas de locución ni de manejo de un medio como la radio comunitaria en la que participarían, la idea central es que el programa transcurra con la participación de un adulto, que puede ser parte del grupo de locutores de la emisora, o algún profesional en la docencia o en la psicología, que con sus herramientas pueda lograr incentivarlos y motivar su participación, a través de las diferentes dinámicas que los contenidos susciten durante el desarrollo de la emisión.

Estructura narrativa (escaleta): El locutor hace la apertura del espacio con la bienvenida a los niños y niñas en cabina y a los niños y niñas oyentes, para posteriormente darle paso a los invitados y expositores.

Criterios mínimos de noticiabilidad: Como lo que se pretende es jugar con las redes sociales y los beneficios que la interactividad de estos canales comunicativos contiene, podríamos sugerir entonces que, para poder coordinar, decidir y elaborar las temáticas de cada programa, podrían manejarse encuestas rápidas, votaciones sobre temáticas que a la audiencia le gustaría poder escuchar para la audiencia infantil del municipio. De ese modo se brindan los espacios para que la audiencia misma pueda aportar con nuevas ideas al medio, pueda elegir diferentes opciones y pueda vincularse en el proceso de elaboración de uno de los programas de la emisora.

Formas de financiación del programa (pauta, cuñas, menciones, patrocinios, recursos públicos, donaciones, voluntariados, etc.): Donaciones voluntarias y patrocinios, por parte de las personas que deseen apoyar este espacio, para que con lo recaudado se puedan realizar obras sociales en pro de la niñez.

Modos de emisión: En vivo

Medios de transmisión: Sujeter los medios de transmisión de estos programas para los niños nos parece una opción poco probable. La idea inicial de El jardín bolsiverde abarca unas dinámicas que por su forma pueden ser transmitidas con podcast si se quiere, o por streaming si es el caso. Lo ideal es poder jugar con diferentes métodos de transmisión para poder tener la atención y la participación de todos los niños, que hoy en día están inmersos en tantas formas de comunicación que ofrecen las nuevas tecnologías.

Formas de interacción con la audiencia: La idea de integrar este tipo de programas para la programación de la emisora Bolívar Stéreo centra sus fines en la participación de la audiencia del municipio. Es por eso que a nuestro parecer, es muy factible que se les dé espacio a las llamadas telefónicas, correos electrónicos, participación de la audiencia en las emisiones que se realicen, con invitados que puedan aportar, según el programa que se esté transmitiendo. Por esta razón es indispensable que al pensar en temas de interacción, se lleven a cabo llamadas telefónicas que faciliten las dinámicas que se desarrollen con las personas que quieran participar de ellas, pero que por alguna razón no se encuentren en la cabecera del lugar, sino en los alrededores. De igual manera, se espera la participación de niños y niñas habitantes del sector rural que por medio de estas llamadas telefónicas se vinculen a los programas y se sientan parte de estos proyectos. El correo electrónico es un medio de comunicación que resulta bastante útil para recoger de modo seguro, ordenado y serio las sugerencias o peticiones que la audiencia tenga respecto a las novedades implementadas y a las falencias que se presenten, alrededor de cada programa, conversación o incluso, la elaboración de los discursos que se socializan estando al aire. La participación presencial de la audiencia en las emisiones, también es de vital importancia para el desarrollo de los programas, no solo porque los involucra dentro de la práctica radial, sino porque ese escenario logra convertirse en un espacio de retroalimentación

entre quienes emiten los mensajes dentro de los diferentes programas, con sus conocimientos y aportes, con quienes desde sus casas escuchan y aceptan o cuestionan lo que desde Bolívar Stéreo están escuchando. Las redes sociales pueden ser una herramienta comunicativa útil para la novedad del proceso, porque a través de ellas también se puede interactuar y darle a la audiencia, como lo mencionamos anteriormente, la posibilidad de sugerir temáticas en coherencia con la razón de cada programa; actores de las emisiones que puedan aportar con sus conocimientos y contenidos educativos que, propuestos dentro de las publicaciones de cada perfil, pueden facilitar el reconocimiento de opciones, bajo estrategias, como las encuestas, la votación de historias y los links de contenidos compartidos.

Soy mujer

Sinopsis: Las mujeres no han sido parte activa de la emisora *Bolívar Stéreo*, debido a que la emisora ha sido manejada por hombres en su gran mayoría a lo largo del funcionamiento. Soy mujer, es una idea de brindar el espacio a las mujeres del Municipio que quieran aprender del medio para incursionar en la locución, con temáticas de empoderamiento sobre la mujer, reconocimiento de mujeres importantes del municipio, y talentos femeninos.

Horario: El horario sugerido para esta programación sería los días jueves de 11 am a 12:30 pm, teniendo en cuenta que ese es el horario en el que la comunidad está retornando a sus hogares para almorzar o tener un receso en sus jornadas habituales. Lo cual podría garantizar la recepción de la audiencia que acompaña sus descansos con la transmisión radial de “*Bolívar Stéreo*”.

Frecuencia: Este espacio se estaría transmitiendo quincenalmente ya que, al ser un espacio encargado por las mujeres, se tienen que tener en cuenta las ocupaciones de ellas y el tiempo que puedan brindarle al programa.

Duración: El programa tendría una duración de una hora y media porque es el único espacio que tendrían las mujeres en la emisora.

Público objetivo: El público objetivo de este espacio principalmente serían todas las mujeres del municipio y de los alrededores en donde puedan sintonizar la emisora, sin rango de edad. Y seguido, la comunidad en general que se adapte y quiera escuchar los mensajes y enseñanzas que pueden dejar estas mujeres.

Forma discursiva en la que se organiza el programa (monológico, dialógico conversacional, panel, mesa redonda, radio revista, talk show, musical, etc.): El programa se organizaría de manera conversacional, con un grupo de mujeres abarcando temáticas de empoderamiento, reconocimiento y respeto por la mujer. Teniendo en cuenta a todas esas mujeres que han sido ejemplo para muchos dentro del municipio y fuera de él. También se brindará espacio para resaltar el talento femenino de la región.

Instancias enunciativas de cada programa: Por medio de la emisora y de las mujeres que anteriormente han hecho parte de ella (que no han sido muchas), se coordinaría un espacio de aprendizaje en el que las participantes puedan conocer del medio y se animen a participar constantemente en él.

Lo anterior buscando que, después de capacitarse pudieran vincularse a la dirección del programa 'soy mujer'.

Estructura narrativa (escaleta): Introducción general por parte de la mujer dirigente, posteriormente desarrollo del tema sobre empoderamiento y reconocimiento femenino y para finalizar el programa darle paso a una muestra de talento femenino.

Criterios mínimos de noticiabilidad (parámetros editoriales, es decir, cómo y quiénes escogen los temas que se tratarán en cada emisión de cada programa): Los temas a tratar serán elegidos por el grupo de mujeres que conformarán el programa. Procurando tener en cuenta a las artistas, docentes, amas de casa y estudiantes que hay en el pueblo. Garantizando así variedad en las temáticas y diferentes posturas en el desarrollo de ellas.

Formas de financiación del programa (pauta, cuñas, menciones, patrocinios, recursos públicos, donaciones, voluntariados, etc.): Las mujeres trabajarán voluntariamente en este espacio, ya que lo que se quiere es ser partícipe de la emisora, ser escuchadas, aprender y dejar mensajes positivos a las nuevas generaciones.

Modos de emisión: El modo de emisión será en vivo, dónde un grupo de mujeres estarán en frente de los micrófonos hablando de un tema en especial.

Medios de transmisión: El modo de transmisión sería por la onda radial, para comenzar. Después y si la aceptación de los contenidos por parte de la audiencia se hace numerosa se concertaría la posibilidad de abarcar otros medios de transmisión.

Formas de interacción con la audiencia (llamadas telefónicas, correo electrónico, presencia en el estudio, participación en la emisión, redes sociales): La manera de interactuar sería por medio de las llamadas telefónicas que se recibirían mediante el desarrollo del programa, para poder debatir con el oyente o escuchar sus opiniones al respecto de un tema en general que se esté tratando. Las redes sociales constituirían otra forma de interacción porque se han convertido en los espacios en los que las personas opinan con mayor libertad.

CAPÍTULO 4 – SOCIALIZACIÓN.

Con la información que se recolectó y la elaboración de la propuesta como alternativa para la programación de la emisora comunitaria de Bolívar-Cauca, la cual se denominó “La Parrilla” y fue presentada en el capítulo anterior, se solicitó una nueva reunión con la administración y demás miembros de la emisora *Bolívar Stéreo*, en donde se les presentaron los hallazgos de la investigación y a su vez se socializó la nueva parrilla de programación realizada.



IMG. 13- 10 - Jun - 2023 Socialización, equipo de trabajo Emisora Bolívar Stéreo.

Luego de la socialización, se generaron diferentes preguntas a los locutores para conocer lo que opinaban de la propuesta para la programación de la emisora y la viabilidad de que puedan adoptar algunas de estas y ejecutarlas.

Así, con respecto a su opinión de “La Parrilla” y los programas ahí expuestos, los locutores indicaron que les parecían buenas ideas. Sin embargo, con diferentes programas como la sección pensada para mujeres, indicaron que en algún momento existió una sección por y para las mujeres, pero que pasado un tiempo no volvieron y finalizó. De igual manera para una sección que se tenía para niños en época navideña coordinada por el Párroco de la Iglesia. Resaltaron también que con respecto al programa “Talento bolsiverde”, no encontraban la necesidad de abrir un espacio para el reconocimiento de los actores que se consideraron importantes, porque según su experiencia dichos actores aparecían constantemente en gran parte de sus emisiones por su mismo reconocimiento en el municipio.

Mencionaron que le tenían temor a la idea de instaurar nuevos contenidos porque, según su observación de la audiencia, en el municipio no había interés constante ni participación activa que pudiera sostener una novedad tan amplia y tan estructurada.

De acuerdo con lo anterior, se les preguntó qué tan posible era que se implementara la parrilla propuesta, a lo que manifestaron que en “*Bolívar Stéreo*” siempre se han abierto los espacios para que la comunidad participe, sin embargo esto no se ve reflejado en la respuesta de la audiencia.

En seguida, se cuestionó lo que pensaban con respecto a la implementación de podcast como otro medio de transmitir la información, pero expresaron que ellos no se sentían capacitados para poder realizar una buena edición y generar podcast de calidad, por lo cual indicaron que si contaran con alguien capacitado que se encargara de la edición les gustaría intentarlo.

Es importante tener en cuenta que esta investigación se realizó desde el año 2020 y una de las inconformidades de la audiencia era el tema de los recursos económicos que exigía

esta emisora para prestar el servicio, es por esto que se dio a conocer a la audiencia y al director la Resolución 2614 de 2022, con el fin de mejorar la participación y poder promover los espacios planteados en nuestra propuesta.

Finalmente, el director de la emisora “*Bolívar Stéreo*” Elvar Collazos agregó lo siguiente:

Si está parrilla se nos cumple sería genial, a mí me está enseñando porque me ayuda a saber cómo se debe hacer. Para cambiarle no tengo nada, todos los programas que se proponen son programas muy llamativos y apropiados en el medio.

Los otros miembros presentes en la socialización manifestaron su conformidad con la propuesta y agregaron que lo complejo es encontrar más gente que se comprometa y les ayude a desarrollar cada uno de los programas propuestos, para lograr la buena recepción de la audiencia y su participación en el proceso comunicativo existente.

CAPÍTULO 5 – CONCLUSIONES.

La radio comunitaria en el Municipio de Bolívar Cauca, durante estos 30 años de funcionamiento, ha tenido como fin informar, acompañar y dar respuesta a las diferentes necesidades y acontecimientos más importantes que ocurren en el diario vivir de la comunidad.

A lo largo y ancho del municipio la emisora surgió como alternativa de comunicación popular por su cercanía con sus oyentes y por la falta de acceso tecnológico hacia otras fuentes informativas en su localidad, así como también fue pensada para transmitir los eventos culturales, religiosos y deportivos que todo el tiempo se desarrollan en el municipio.

“*Bolívar Stéreo*”, ha tenido diferentes cambios en cuanto a su programación debido a que muchos de los integrantes iniciales de este proyecto tuvieron que salir del municipio por diferentes razones, para radicarse en otras localidades. Es por esto que hoy en día la emisora no cuenta con una colaboración amplia de locutores.

Teniendo en cuenta lo anterior, consideramos importante resaltar el trabajo del director Elvar Collazos Rivera, quien ha sido la persona que a pesar de lo desgastante y agotador que puede ocasionar el oficio, se ha esforzado por mantener esta emisora, aunque haya tenido que limitar los servicios y basarse en elementos que se tornan repetitivos para poder tener algo que contar.

A lo largo de la investigación identificamos que la falta de compromiso de la comunidad y de las instituciones públicas en relación con la emisora es muy notoria. La poca importancia que le dan al medio y la falta de colaboración es evidente. Razón por la cual se cree pertinente retomar espacios de participación y volver a motivar a la comunidad para recuperar el medio comunicativo con el que cuentan y así poder transformar y mejorar el servicio

Así mismo, y mediante el desarrollo de esta investigación pudimos identificar que quienes están a cargo de la emisora han decidido trabajar en la emisora, sin esperar que la comunidad coopere. Han individualizado su funcionamiento por los intentos frustrados y han ido desplazando el concepto de emisora comunitaria porque no se han sentido respaldados por su comunidad. Para ellos no ha sido una tarea sencilla el acercamiento en una comunidad tan dividida por factores políticos que son determinantes para que muchas de las propuestas y/o estrategias en pro de un beneficio comunitario no avancen en un municipio como Bolívar Cauca.

De acuerdo a la socialización que presentamos, es muy valioso y gratificante haber sentido el apoyo por parte del director y los colaboradores de la emisora “*Bolívar Stéreo*”, pese a encontrar en ellos tantos miedos a la innovación y al cambio. Quienes muy agradecidos con la propuesta, manifestaron que la ejecutarían si en algún momento la audiencia coopera con convicción constancia y responsabilidad.

Finalmente, es oportuno aclarar que nuestra propuesta de trabajo de grado aquí expuesta, se realizó con el fin de generar nuevas ideas para poder motivar a los realizadores de contenido de esta localidad y a la comunidad misma, a tener un sentido de pertenencia propio con este espacio comunicativo. Para que, en consecuencia, puedan interesarse en conocer mucho mejor el concepto de radio comunitaria, los espacios que se ofrecen y las diferentes formas de involucrarse y así poder tener una mejor participación por parte de todos y para todos. Acorde con la idea anterior y teniendo en cuenta el objetivo del proyecto, se dejó a su consideración que el desarrollo de este trabajo y el diseño de la parrilla de programación se pueda implementar en algún momento para el fortalecimiento del medio y su respectivo funcionamiento.

REFERENCIAS.

- Decreto 1981 DE 2003. (2003, 16 de julio). Sistema Único de Información Normativa.
<http://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?id=1380632>
- El Tiempo. (12 de marzo de 1997). Gobierno entregó 401 emisoras comunitarias. El
Tiempo. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-548963>
- Fernández Ludeña, A. (2012). Educación y participación. Un sueño posible.
Entreculturas
https://www.redage.org/sites/default/files/adjuntos/EducacionyParticipacion_UnSue%C3%B1oPosible.pdf
- Gumucio Dagron, A. (2001). Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para
el cambio social. Plural Editores.
- Gumucio Dagron, A. (2005) Arte de equilibristas: La sostenibilidad de los medios de
comunicación comunitarios. Punto Cero.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762005000100002&lng=es&tlng=es
- Gumucio Dagron, A. (2011). La identidad de las radios comunitarias en riesgo. Revista
de derechos humanos – Dfensor.
https://secrad.lpz.ucb.edu.bo/wp-content/uploads/2021/04/Identidad-de-las-radios-comunitarias-en-riesgo_-_DFensor.pdf
- Kaplún, M. (1998): Una pedagogía de la comunicación. Ediciones de la Torre, Madrid.
https://www.cibercorresponsales.org/system/custom_upload/filename/219/Kaplun.pdf
- Ley 1341 de 2009. (2009, 30 de julio). Congreso de la República. Diario 47.426
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1341_2009.html

Ley 415 de 2010. (2010, 13 de abril). Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Diario 47.685

https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/resolucion_mintic_0415_2010.htm

López Vigil, J. (1995) ¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria? Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui.

https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/issue/view/52_1995

Lopez Vigil, J. (2005) Manual urgente para radialistas apasionados. Intibarrientos.

https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC). (2023, 20 de noviembre). Descripción Radio comunitaria.

<https://mintic.gov.co/portal/inicio/Micrositios/Radio-Comunitaria-/Descripcion-Radio-Comunitaria/>

Ortega Ramírez, P. y Repoll. J. (2020). #Radio Comunitaria. Participación ciudadana sin límites. Bonilla Artigas.

<https://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/dcsh-uam-x/20201029114445/Radio-Comunitaria.pdf>

Resolución 2614 de 2022. (2022, 26 de julio). Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

https://mintic.gov.co/portal/715/articles-238203_recurso_2.pdf

Montealegre, C. E., Quintero, F. C., Gómez Campillo, F., Portela Guarín, H., Osorio, N. F., Hurtado Ordóñez, N., Potes, O. E., Muñoz, P. y Rosero Morales, R. Vidas, narraciones y culturas en el sur del Cauca. Editorial poliedro 2007.

file:///C:/Users/User/Downloads/(Lina%20lee)%202009a%20Vidas,%20narraciones%20
y%20culturas%20en%20el%20sur%20del%20Cauca(1).pdf

ANEXOS

A1. Diarios de campo

Diario de campo – Bolívar Stéreo		
Nombre del observador: Lina María Benavides Flor Luisa María López Collazos Astrid Daniela Guachetá de la Cruz.		
Lugar: Emisora “Bolívar Stéreo”	Hora: 3:30 pm	Fecha: Martes 23 de marzo
Descripción	Tuvimos la presentación con el director Elvar Collazos y dos personas del equipo de trabajo Alexander Gaviria y Andrés Acosta. Conocimos las instalaciones, los equipos con los que cuenta la emisora, y estuvimos un momento en la transmisión del programa “crossover de la tarde” dirigido por Alex Gaviria, quien nos contó su experiencia en esta emisora y las labores que desempeña como locutor. Posteriormente, el director Elvar Collazos nos recibe la carta de presentación y se pone a nuestra disposición para llevar a cabo la realización de nuestro trabajo investigativo. La carta fue firmada y empezamos a concretar los acercamientos a corto, mediano y largo plazo.	

Diario de campo – Bolívar Stéreo

Nombre del observador:

Lina María Benavides Flor

Luisa María López Collazos

Astrid Daniela Guachetá de la Cruz.

Lugar:

Emisora “Bolívar Stéreo”

Hora:

9:00 pm

Fecha:

Miércoles 24 de marzo

Descripción

En la mañana hicimos parte del noticiero y observamos el funcionamiento y el estilo que tienen para presentar. Nos dimos cuenta que la transmisión de las diferentes sesiones es grabadas por medio de audios de WhatsApp y el único que hace parte del programa en vivo es el que lo dirige, que en este caso es el director Elvar Collazos. También observamos que cuentan con herramientas pertinentes para el funcionamiento, pero son elementos limitados para la gran cobertura que manejan. Tienen una plata, dos computadores, unos audífonos y unos manos libres comunes de celular, la emisora está ubicada en el barrio Centro del municipio en unas instalaciones que pertenecen a la parroquia del pueblo, esto con el fin de que el arriendo salga un poco más económico y también su funcionamiento ahí es debido a unos compromisos "canjes" con la parroquia. La emisora tiene una sala de espera y otra sala donde está ubicado el máster y una mesa amplia para invitados tienen dos micrófonos y uno en la silla principal. Las noticias inician a las 6 de la mañana, pero el que dirige el programa está ahí desde las 4 y 30 am buscando la información más relevante y oportuna. Puesto que la información muchas veces llega tarde en la noche y no se puede preparar con anticipación. Observamos que el noticiero es retransmitido por otras emisoras de veredas aledañas lo que permite que este espacio informativo sea el más escuchado.

Diario de campo – Bolívar Stéreo

Nombre del observador:

Lina María Benavides Flor

Luisa María López Collazos

Astrid Daniela Guachetá de la Cruz.

Lugar:

Emisora “Bolívar Stéreo”

Hora:

9:00 pm

Fecha:

Jueves 25 de marzo

Descripción

En esta oportunidad, pudimos conversar más a fondo con el director Elvar Collazos, con el fin de conocer un poco más sobre las condiciones del funcionamiento de la emisora y las motivaciones que su existencia les ha representado para preservarla de la mejor manera.

De parte del director, pudimos conocer las razones fundamentales por las cuales la emisora hoy en día no es mencionada como una emisora de servicio comunitario y también el porqué de las barreras existentes entre la comunidad y ellos en ciertos momentos.

Elvar Collazos asegura que el funcionamiento diario continúa existiendo gracias a la vocación de quienes conforman el equipo de la emisora, y a la importancia que ellos reconocen que tiene este medio para un municipio como Bolívar. No tienen una remuneración fija que les permita solventar sus necesidades porque ese espacio laboral no es propiciado por ningún ente gubernamental o empresa establecida que les garantice sueldos fijos. Razón preponderante que, los ha llevado a lo largo de los años a cobrar por sus servicios. Y no sólo para hacer valer el tiempo que invierten diario a la emisora, sino para garantizar a ese espacio, todas las herramientas idóneas para el desarrollo del proceso.

Diario de campo – Bolívar Stéreo		
<p>Nombre del observador: Lina María Benavides Flor Luisa María López Collazos Astrid Daniela Guachetá de la Cruz.</p>		
<p>Lugar: Emisora “Bolívar Stéreo”</p>	<p>Hora: 9:00 pm</p>	<p>Fecha: Viernes 26 de marzo</p>
<p>Descripción</p>	<p>En esta visita tuvimos una conversación con los locutores Alex Gaviria y Andrés Acosta, quienes nos contaron sobre cómo trabajan en la emisora, prácticamente con lo básico y temen constantemente por la condición de olvido que su medio comunicativo sufre por parte del gobierno. Y no solo porque no reciban una ayuda para mejorar constantemente, sino porque al tener vulnerabilidad en la condición de sus herramientas, se han expuesto a gastos mayores, debido a que cualquier condición o cambio climático, puede deteriorar sus artefactos y obligarlos a salir del aire, haciéndose acreedores de costosas multas y sin sabores inimaginables.</p> <p>Nos comentaron que la comunidad piensa que ellos deben y pueden trabajar gratuitamente y que tienen formas y sueldos para correr con los gastos de la emisora, por ser una emisora comunitaria. Pero desconocen la realidad de su situación económica y de sus recursos. Y esa es la mayor razón de las diferencias existentes entre el grupo Bolívar Stéreo y la comunidad.</p> <p>Mencionaron que las pautas publicitarias, oscilan entre los cincuenta mil y los setenta mil, y son las que remuneran un poco la labor de los diferentes locutores y los esporádicos contratos les permiten saldar la deuda de su arriendo y del ministerio de Sayco y Acinpro, por temas de derechos de autor, para los programas y para sus diferentes cuñas.</p>	

A2. Cuestionarios

A2.1. Encuestas:

“Estrategias Comunicativas para el Desarrollo y Fortalecimiento de la Emisora Comunitaria “Bolívar Stereo” en el Municipio de Bolívar, Cauca”.

ENCUESTA A LA COMUNIDAD SOBRE LA EMISORA BOLÍVAR STÉREO

GENERO: Masculino _ Femenino _
EDAD: _____
BARRIO: _____
NIVEL EDUCATIVO: Primaria _ Secundaria _
Técnico _ Pregrado _

1. Escucha Bolívar Stereo:
- Si _ No _
2. Conoce lo que es una emisora comunitaria:
- Si _ No _
3. Sabe usted que Bolívar Stereo es una emisora comunitaria:
- Si _ No _
4. Con qué frecuencia escucha radio:
- Todos los días, más de una hora _
- Todos los días menos de una hora _
- Más de dos veces en la semana _
- Otra _
5. Si escucha Bolívar Stereo, que tipos de programas ofrecidos por la emisora son de su preferencia:
- Informativos _ - Musicales _
- Religiosos _ - De opinión _ - Otro _
6. Si no la escucha indique ¿por qué?
- No me atrae la programación que ofrecen _
- No hay variedad en los contenidos _
- No me gustan los temas que se tratan _
- Otra _
7. Ha participado alguna vez en la emisora:
- Si _ No _
8. Si su respuesta anterior fue sí, indique cómo ha sido su participación:
- Llamando a los programas _
- En elaboración de programas _
- Proponiendo temas para los programas _
- Colocando clasificados _
- Asistiendo a actividades convocadas por la emisora _
- Denunciando problemáticas _
- Otra, cuál _
9. Si usted no participa en la emisora, indique ¿por qué?:
- No me interesa participar _
- Me interesa, pero no hay espacios para todos _
- Los espacios están cubiertos por las mismas personas _
- No hay espacios para participar _
10. Considera usted que Bolívar Stereo trabaja en el fortalecimiento de los valores y costumbres del municipio de Bolívar Cauca:
- Si _ No _
11. Si dijo que sí, cuál de las siguientes respuestas podría ser la razón para afirmarlo:
- Porque transmiten contenidos útiles para la formación de las personas del municipio _
- Porque se ocupan de transmitir conocimientos y ofrecer soluciones a las falencias y Problemáticas del municipio _
- Porque cuentan con espacios para niños jóvenes y adultos _
- Otra, cuál _
12. Si dijo que no, cuál de las siguientes respuestas podría ser la razón para afirmarlo:
- Porque solamente cuentan con un tipo de contenido _
- Porque no se tienen en cuenta las diferentes edades de la población que los escucha _
- Otra, cuál _
13. Que problemáticas le gustaría que fueran tratadas en la emisora:
- Problemáticas del municipio _
- Educación _
- Deporte _
- Cultura _
- Tecnología _
- Medio ambiente _
- Musicales _
- Religiosos _
- Otra, cuál _
14. En qué aspectos se fija al momento de escuchar una emisora:
- En la programación _
- En la forma de expresarse de los locutores _
- En los concursos _
- En los clasificados _
- En la música _

A.2.2 Entrevistas:

10:24 AM



Cuestionario para la entrevista de los integrantes de la emisora “Bolívar estéreo”

Primera parte.

1. ¿Sabe lo que es una emisora comunitaria?
2. ¿Reconoce la diferencia entre una emisora comunitaria y una emisora comercial?
3. ¿Cuál es la importancia de una emisora de tipo comunitaria en un municipio como Bolívar?
4. ¿Hace cuánto labora en la emisora comunitaria bolívar estéreo?
5. ¿Cuál es su rol en el medio?
6. ¿Tiene alguna formación académica en radio?
7. ¿Sabe usted qué es lo que la audiencia de bolívar estéreo piensa de la emisora?

Segunda parte.

1. ¿La emisora cuenta con una junta de creación para la parrilla de programación?
2. ¿Cuáles son las características que se tienen en cuenta al momento de elaborar la parrilla de programación y los contenidos para cada transmisión radial?
3. ¿Cuáles son los contenidos a los que la audiencia responde con más interés?
4. ¿Cuáles son los contenidos a los que la audiencia responde con menor interés?

Tercera parte.

1. ¿Cuál es el papel de la audiencia en el proceso de funcionamiento de la emisora?
2. ¿De qué manera se relaciona la audiencia y la emisora en la cotidianidad?
3. ¿La emisora ha tenido en cuenta a la audiencia para la elaboración de contenidos?
4. ¿Con qué frecuencia se da la participación de la audiencia en el funcionamiento de la emisora?
5. ¿Cómo se mide el impacto de la emisora en la audiencia?
6. ¿Cuáles son los propósitos de la emisora con respecto a su audiencia?

A.2.3 Grupos focales:

1. ¿La emisora comunitaria Bolívar stereo, es considerada por ustedes como comunitaria?
2. ¿Reconocen el concepto de emisora comunitaria?
3. ¿Qué contenidos consideran inoficiosos o irrelevantes dentro de lo que actualmente les ofrece la emisora comunitaria?
4. ¿Por qué tipo de contenidos los cambiarían si tuvieran la oportunidad de transformar la parrilla de contenidos?
5. ¿Si fuera de su interés vincularse en el proceso comunicativo de la emisora, de qué manera integrarían a la comunidad con la emisora?
6. ¿Qué servicios le ha brindado la emisora?
7. ¿Está satisfecho con el servicio? ¿cumplió con el objetivo buscado?
8. ¿Con respecto a su respuesta, que le gustaría que cambiará la emisora para ayudar a la comunidad?
9. ¿Cómo ayudaría a que la emisora surgiera y la comunidad igual?

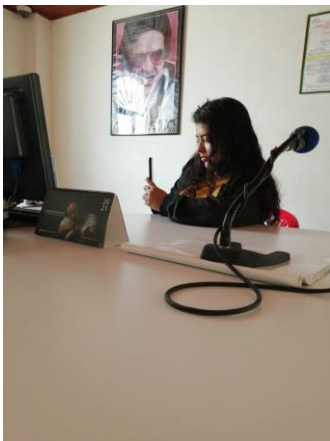
A3. Fotografías



IMG. 1 - 23 - Mar - 2021. Emisora Bolívar Stéreo, Lina M. Benavides, Daniela Guachetá, Elvar Collazos y Cristian Collazos.



IMG 2 – 25 de Mar -2021 Emisora Bolívar Stéreo, Lina M. Benavides, Daniela Guachetá, invitado del programa.



IMG. 2 -26 Mar - 2021. Emisora Bolívar Stéreo, Luisa María López Collazos.



IMG. 3 - 23 Mar - 2021. Emisora Bolívar Stéreo, Elvar Collazos y Andrés Acosta.



IMG. 4- 24 Mar - 2021. Emisora Bolívar Stéreo, Director Elvar Collazos.



IMG. 5 - 24 - Mar - 2021. Instalaciones Emisora Bolívar Stéreo.



IMG. 6 - 25 Mar - 2021. Afiche representativo Radio Comunitaria, ubicado en las instalaciones de la emisora Bolívar Stéreo.



IMG. 7- 25 Mar - 2021. Emisora Bolívar Stéreo, Alex Gaviria



IMG. 8 - 16 Ene - 2023. Negocio Central Digital Cell, Fabio Grijalba.



IMG. 9- 16 Ene - 2022. Entrevista a Efraín Daza, locutor.



IMG. 10 - 22 - Feb - 2022. Entrevista a Elvar Collazos, director de la emisora Bolívar Stéreo.



IMG. 11 - 16 - Feb - 2022. Panadería Central, Nelfi Toro.



IMG. 12- 22 - Ene - 2023 Entrevista a Maritza Zúñiga, locutora.



IMG. 13- 10 - Jun - 2023 Socialización, equipo de trabajo Emisora Bolívar Stéreo.



IMG. 14- 25 - Abr - 2023 Socialización, equipo de trabajo Emisora Bolívar Stéreo.

A4. Carta de presentación



FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
COMUNICACIÓN SOCIAL



8.1.12.92.8/182
Popayán, 15 de diciembre de 2021

Señores
Elvar Collazos
Director Emisora Bolívar Cauca
Efraín Arcos
Representante Legal

Asunto: Carta de presentación

Cordial saludo,

El Programa de Comunicación Social de la Universidad del Cauca, ha evaluado la propuesta de trabajo de grado presentada por las siguientes estudiantes:

Nombre estudiantes	Luisa Maria López	
	Código	104816010275
	Cédula	1058976000
	Lina Maria Benavides	
	Código	104816010780
	Cédula	1061766109
Título del proyecto	Astrid Daniela Guachetá	
	Código	104816010967
	Cédula	1061809366
Título del proyecto	Estrategias Comunicativas para el Desarrollo y Fortalecimiento de la Emisora Comunitaria "Bolívar Stereo" En El Municipio De Bolívar, Cauca.	
Programa	Comunicación Social	
Director	Juan Pablo Ramírez Idrobo	
Concepto de aceptación	sí	
Modalidad	Práctica Social	



Hacia una Universidad comprometida con la paz territorial
Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales
Calle 5 No. 4-70 Segundo Piso, Calle Obispo, Popayán - Cauca - Colombia
Teléfono: 8209490 - Fax: 2453 - 2452 Correo electrónico: R209490
www.unicauca.edu.co www.consejosuperior.edu.co



FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
COMUNICACIÓN SOCIAL



Es pertinente indicar que ya se tramitó ante el consejo de la Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales y que fue aprobado mediante la RESOLUCIÓN No. 557 del 26 de noviembre de 2021. Desde esta perspectiva, me dirijo a ustedes con la intención de informarles que, las estudiantes de nuestro programa pueden iniciar con el proceso que permita el desarrollo del cronograma propuesto para el trabajo y que estarán bajo la asesoría de uno de nuestros docentes.

Agradezco la atención prestada, su colaboración y una pronta respuesta. El correo institucional del programa de Comunicación Social es: coordinacioncs@unicauca.edu.co con quien se puede ampliar información que se considere pertinente.

Atentamente,

Álvaro Osorio Fernández
Coordinador Académico

Juan Pablo Ramírez Idrobo
Director de Trabajo de Grado
Cédula: 76333079
Correo electrónico: jramirez@unicauca.edu.co

Proyectó: Álvaro F
Revisó: Álvaro F



Hacia una Universidad comprometida con la paz territorial
Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales
Calle 5 No. 4-70 Segundo Piso, Calle Obispo, Popayán - Cauca - Colombia
Teléfono: 8209490 - Fax: 2453 - 2452 Correo electrónico: R209490
www.unicauca.edu.co www.consejosuperior.edu.co