

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito al documento y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca

CREACIÓN DE UNA FRANJA INFANTIL EN LA EMISORA COMUNITARIA RADIO
JUAICA STEREO DEL MUNICIPIO DE TABIO, CUNDINAMARCA.

LA HORA DEL PARCHE, JUGAMOS PARA EDUCAR.

DIANA ALEJANDRA LADRÓN DE GUEVARA CÁRDENAS
NATHALIA ESTEFANÍA PRIETO CABRERA
JOSÉ LEONARDO BERNAL CAAMAÑO

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
CHIA 2014

CREACIÓN DE UNA FRANJA INFANTIL EN LA EMISORA COMUNITARIA RADIO
JUAICA STEREO DEL MUNICIPIO DE TABIO, CUNDINAMARCA.

LA HORA DEL PARCHE, JUGAMOS PARA EDUCAR.

DIANA ALEJANDRA LADRÓN DE GUEVARA CÁRDENAS
NATHALIA ESTEFANÍA PRIETO CABRERA
JOSÉ LEONARDO BERNAL CAAMAÑO

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN – PARTICIPACIÓN PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE COMUNICADORES SOCIALES Y PERIODISTAS

ASESOR
JAVIER ESPITIA VIASÚS

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
CHIA 2014

Nota de aceptación

El trabajo de grado titulado CREACIÓN DE UNA FRANJA INFANTIL EN LA EMISORA COMUNITARIA RADIO JUAICA STEREO DEL MUNICIPIO DE TABIO, CUNDINAMARCA, realizado por los estudiantes DIANA ALEJANDRA LADRÓN DE GUEVARA CÁRDENAS, NATHALIA ESTEFANIA PRIETO CABRERA y JOSÉ LEONARDO BERNAL CAAMAÑO, cumple con los requisitos exigidos por la UNIVERSIDAD DE LA SABANA para optar al título de COMUNICADOR SOCIAL Y PERIODISTA.

Firma del jurado

Chía, 14 de abril del 2014

***A Martín Humberto (Q.P.D),
A Martha Inés, y
A nuestros niños de Tabio,***

*Por sus enseñanzas y su
eterna e incondicional
compañía...*

Dedicatorias:

***“Compartir los sueños es empezar a
hacerlos realidad y este es solo el comienzo”***

Antes que nada quiero darle gracias a Dios y a la vida por permitirme hacer este proyecto que solo me ha llenado el corazón de grandes satisfacciones y sueños. A mi papá Martín Humberto Ladrón de Guevara (Q.P.D.) quien me enseñó a luchar y a creer en mí, quien es el motor de mi vida y mi razón de ser; desde dónde estás sabes que cada sueño y logro es para ti, a mi Mami Lucy Cárdenas, por su amor, apoyo y paciencia incondicional en cada cosa que hago en mi vida, pero sobre todo por nunca dejar de estar.

A mi tío Roger Cárdenas, gracias por tu incondicionalidad, preocupación y consejos, gracias por ser mi amigo y mi segundo papá; A mi pushurrumina Marce Cárdenas, mi hermana, mi amiga, mi confidente y la luz de mis ojos, gracias por darme la ilusión de saber que es tener una hermana en versión prima, por estar siempre en las buenas y en las malas y por compartir conmigo tantas historias y momentos vividos... por siempre mi Soul Sister. Te amo.

A la pequeña Natis, gracias por creer en esta loca y en esta idea que nos ha dejado tanto, gracias por convertirte en mi amiga en este proceso lleno de historias por contar y sueños por culminar.

A mi novio Leito, gracias por compartir conmigo cada momento de la vida, cada sueño y cada instante que se queda detenido en el tiempo, por creer en mí y en este proyecto, por entregarle el alma, la vida y el corazón a la Hora del Parche, te amo! Infinitas gracias a todos.
Dianis Ladrón

“Creo que si miráramos siempre al cielo, acabaríamos por tener alas”.

Gustave Flaubert

Principalmente quiero agradecerles a mis padres, José y Martha, por darme mil oportunidades, por apoyarme en todos mis proyectos, por tratar de sacar siempre lo mejor de mí, por todo el apoyo y especialmente por su eterna paciencia.

A mi sobrinita Sofi y a mi hermanita Paulis que llevaron conmigo este proceso como protagonistas de este espacio, que siempre fue más de ellas que mío.

A mi novia, Diana, por su inmenso cariño, admirable paciencia y por tener la confianza para reforzar mis capacidades y empoderarme de este hermoso proyecto, como ella diría. En verdad gracias amor, conozco la profesional que eres, y tengo la certeza del futuro que tendrás.

Finalmente a Nata, por aguantar más de lo que una amiga debería, una mujer llena de alegría y con un futuro prometedor, una fortuna poder trabajar contigo.
Leo Bernal.

Indudablemente esta tesis, como una buena canción, se la quiero dedicar, principalmente, a mis acompañantes taciturnos, a mis testigos y a mis guardianes: Luz del Carmen Cabrera, Milthon Ponce Cabrera, Oscar Orlando Prieto, y Javier Cabrera. A todos ellos, mi familia, más allá de agradecerles por su indestructible paciencia, amor y confianza, quiero decirles que esto no hubiera sido posible si ninguno de ustedes hubiera creído realmente en mí, ustedes son mi cristal.

El hallazgo afortunado de grandes amistades me permitió emprender un gran reto, que empezó como un sueño y se transformó en una realidad. Querida Dianis, conocerte, compartir con un ser tan noble esta utopía y construir este proyecto, sin una gota de experiencia, ha sido de esas cosas en la vida que vale la pena sentirse orgullosa, por eso quiero agradecerte por confiar en mí. A Leo, mi amigo y compañero del alma, también le quiero agradecer por su increíble tranquilidad y calidez; trabajar con personas como tú hacen que los sueños no se conviertan en pesadillas, es más hacen que los sueños no pierdan su color. Por todo lo que hemos vivido, a ustedes dos también les quiero dedicar esta tesis.

*Esta es nuestra pequeña revolución, este es nuestro aporte, una parte de nuestro legado. En estas páginas, en cada palabra, en cada signo de puntuación, en cada aprendizaje, en cada error, dejamos una parte de nosotros y sí, una parte de nuestro corazón. **Nathalia Prieto.***

Especial agradecimiento:

***“La educación es el arma n
poderosa para cambiar el mundo”
Nelson Mandela***

Un muy especial y grato agradecimiento a Javier Espitia, quien no solo ha sido nuestro mentor y maestro en este proceso de la realización de la tesis, sino que se ha convertido en nuestro amigo y confidente. Javier, gracias por tu tiempo, comprensión, paciencia y las grandes enseñanzas que nos dejaste en este pequeño pero significativo proyecto. Gracias por mostrarnos el mundo y la comunicación para el cambio social de una manera distinta, por fortalecer nuestras capacidades y criterios, gracias a personas como tú es que hoy por hoy estamos completamente seguros que el mundo necesita más personas que se crean este cuento y que trabajen por el bienestar, la educación y las oportunidades de todos aquellos que nos necesitan. Esta tesis y este proyecto no hubiera sido posible sin ti, sin tú empeño y por supuesto sin tú profesionalismo. Gracias por creer en nosotros, gracias por creer en nuestras ideas pero sobre todo gracias por ser el corazón de La Hora del Parche.

También queremos hacer un reconocimiento especial a la emisora Radio Juai Stereo, por creer en nosotros y apoyarnos incondicionalmente desde el principio, para que este proyecto funcionara y tuviera una recordación especial dentro de la emisora.

Muchas gracias a la profesora Lydda Gaviria, quien en los inicios del proyecto nos guió y ayudó en la evolución de la Hora del Parche.

Gracias también para las profesoras Claudia Nieto y María Fernanda Peña, quienes con su conocimiento no solo nos dieron las herramientas para desarrollar buenos proyectos de desarrollo con las comunidades, sino que con su pasión, nos hicieron entender que aunque no vamos a cambiar el mundo, si vamos a poder dejar una huella importante en la sociedad. Hoy estamos convencidos que ese objetivo se logró. Gracias mil por todas sus enseñanzas.

Hacemos extensivo este agradecimiento a Santiago Lozano y a Jhonner Eduardo Chinchilla, Directores de Radio Juaica Stereo, quienes desde el inicio han contribuido de forma continua en la ejecución y proyección de la Hora del Parche, gracias por haberle metido el mismo empeño que le metimos nosotros al proceso de este proyecto, sin ustedes no lo hubiéramos logrado.

Especial agradecimiento a todos los niños, niñas y jóvenes del municipio de Tabio que hicieron parte de este proyecto y a cada uno de sus padres que depositaron su confianza en nosotros para que sus hijos tuvieran la oportunidad de fortalecer sus capacidades a través de la Franja Infantil, Infinitas gracias, nada de esto hubiera tenido sentido y hubiera sido posible sin su valiosa ayuda y sus grandes enseñanzas.

Muchas gracias a toda la comunidad de Tabio en general, a todos los planteles educativos públicos y privados del municipio, a las empresas (YANBAL y Pan Pa Ya), y a la Alcaldía Local, por su apoyo, comprensión, ganas y sentido de pertenencia, para que la Hora del Parche fuera un éxito.

También queremos hacer un agradecimiento especial a la Universidad de la Sabana, no solo por las herramientas académicas que nos brindó durante toda la carrera y que hoy por hoy nos han dado las bases para ser las personas que somos y los profesionales que seremos. Además, agradecemos su apoyo

incondicional durante estos dos años, desde el área de prácticas sociales, el cual contribuyó sustancialmente en el proceso de la Franja Infantil.

Muchas gracias al seminario de Comunicación para el Desarrollo, liderado por el profesor Javier Espita, el poder aprender para luego poder enseñar fue una gran experiencia para nosotros, gracias por el apoyo de cada uno de los jóvenes que intervinieron en la Franja Infantil.

Especial agradecimiento para cada uno de los practicantes sociales, que le invirtieron no solo tiempo y conocimiento al proyecto, sino su alma y su corazón. Dejaron una huella significativa en los recuerdos de los niños, niñas y jóvenes pertenecientes al proyecto.

Un agradecimiento muy merecido por la comprensión y el ánimo recibido de nuestras familias y amigos; en especial a nuestras mamás, por la hospitalidad, cariño y paciencia que tuvieron en las, a veces muy largas, jornadas de trabajo en este proyecto.

¡Gracias mil! ¡Gracias a todos!

Resumen

Este trabajo de grado da cuenta de una investigación aplicada, que tuvo como objetivo identificar el papel que puede cumplir una franja radial infantil, en la sostenibilidad integral de la radio, y específicamente de la emisora comunitaria Radio Juaica Stereo, del municipio de Tabio - Cundinamarca. Entre otros hallazgos, se encontró que para que esta sostenibilidad sea posible, es fundamental la existencia de espacios cualificados de participación de la población infantil y juvenil. “La Hora del Parche”, es nuestra propuesta de franja radial Infantil, que a partir del edu-entrenamiento, se implementó, fortaleció su capacidad de agencia, dinamizó la creatividad, fomentó la producción radial, la participación, y el debate, sobre temáticas asociadas a las necesidades, sueños e intereses de la niñez y juventud de esta región.

Abstract

The following Thesis consists of an applied research, whose aim was identify the role that a child segment broadcast can play in the integral sustainability of radio, specifically in Juaica Stereo Community Radio, located in the municipality of Tabio, Cundinamarca. On the other hand, it was found that for this sustainability will be possible, it is essential the existence of spaces of participation of children and youth population. “*La Hora del Parche*”, is our proposal of child segment broadcast that through edutainment strengthened the capacity of agency, energized the creativity, encouraged radio production, participation, and discussion on topics related to the needs, dreams and interests of children and youth of this region.

TABLA DE CONTENIDO

0. INTRODUCCIÓN.....	20
1. EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	24
1.1. JUSTIFICACIÓN.....	24
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	25
1.3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
1.3.1. Objetivo General.....	27
1.3.2. Objetivos Específicos.....	27
1.4. ANTECEDENTES O ESTADO DEL ARTE.....	28
1.4.1. Edu - comunicación.....	28
1.4.2. El Edu - entretenimiento.....	29
1.4.3. Radio comunitaria: Abordajes Conceptuales.....	32
1.4.3.1. Nestos Busso.....	32
1.4.3.2. Alfredo Olivera.....	32
1.4.3.3. Jesús Martín Barbero.....	33
1.4.3.4. Claudia Villamayor y Ernesto Lamas.....	33
1.4.3.5. José Ignacio López Vigil.....	33
1.4.3.6. María Pía Matta Cerna.....	34
1.4.3.7. Ministerio de las Tecnologías de Información y las Telecomunicaciones de Colombia.....	34
1.4.3.8. Gastón Montells.....	34
1.4.4. La radio comunitaria en proyectos de desarrollo en Iberoamérica...35	
1.4.4.1. La Cometa de San Gil.....	36
1.4.4.2. Una radio no se limita a informar, propone una conversación. Fm La Tribu 36	
1.4.4.3. Nombrar la realidad es empezar a modificarla. Radio Enriquillo 93.7 FM.37	
1.4.4.4. Radio Huayacocotla, “La voz de los campesinos”.....	38

1.4.5.	Tesis de grado realizada por estudiante de la Universidad de La Sabana: “Villapinzón más de lo que deseas. Proyecto de radio comunitaria”	39
1.4.6.	Tesis de grado realizada por estudiante de la Universidad de La Sabana: radio comunitaria, herramienta clave para el desarrollo social: “construyendo sueños”	41
1.5.	MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO	43
1.5.1.	Teorías del desarrollo	43
1.5.1.1.	Teoría de la Modernización	43
1.5.1.2.	Teoría del Estructuralismo	43
1.5.1.3.	Neoliberalismo	45
1.5.1.4.	Teoría de la dependencia	46
1.5.2.	Comunicación para el desarrollo	47
1.5.3.	Comunicación para el Cambio Social	49
1.5.4.	Participación	52
1.5.5.	El derecho a la comunicación	53
1.5.6.	Estrategias de comunicación para el desarrollo	54
1.5.6.1.	Mercadeo Social	55
1.5.6.2.	Combinar educación con entretenimiento	55
1.5.6.3.	Media Advocacy	56
1.5.6.4.	Periodismo cívico	56
1.5.6.5.	Movilización Social	57
1.5.7.	La sostenibilidad en los procesos de desarrollo	58
1.5.7.1.	El desarrollo sostenible	58
1.5.7.2.	Desarrollo Sustentable	59
1.5.8.	La radio comunitaria	61
1.5.8.1.	La Radio desde la Teoría	62
1.5.8.2.	Orígenes de la Radio Comunitaria	65
1.5.8.3.	La Radio Comunitaria como Herramienta de Participación	67
1.5.8.4.	Radio Educativa	68
1.5.8.5.	Asociación Radiofónica ALER	68
1.5.8.6.	Asociación Radiofónica AMARC	69
1.5.8.7.	La Radio comunitaria en tiempos de adversidad	69
1.5.9.	La Comunicación estratégica en la radio comunitaria	70
1.5.9.1.	La sostenibilidad en los medios comunitarios	71

1.5.9.2. Sostenibilidad Social.....	72
1.5.9.3. Sostenibilidad Institucional.....	73
1.5.9.4. Sostenibilidad Económica.....	74
1.5.9.5. Sostenibilidad Profesional.....	74
1.5.9.6. Sostenibilidad Ambiental.....	75
1.6. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	78
1.6.1. Proceso de la Metodología de Investigación.....	78
1.6.2. Estudio de Percepción Municipio de Tabio Cundinamarca.....	80
1.6.3. NOPS (Necesidades, Oportunidades, Problemas y Soluciones).....	82
1.7. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	83
1.7.1. Del análisis poblacional.....	83
El Municipio de Tabio cuenta con 8 veredas, las cuales, como se presenta en la siguiente tabla, están divididas por sectores:.....	83
1.7.2. De la Parrilla de Programación de Juaica Stereo.....	88
1.7.3. Necesidades Comunicativas Locales.....	90
1.7.4. Resultados de los Análisis de Percepción.....	92
1.7.5. Resultados del estudio de percepción – Grupos focales entrevistas Semi - estructuradas.....	92
1.1.1. Resultados estudio de percepción – encuestas.....	96
1.1.2. Conclusiones de la investigación.....	100
2. PROPUESTA DE DESARROLLO: CREACIÓN DE UNA FRANJA INFANTIL EN LA EMISORA COMUNITARIA RADIO JUAICA STEREO DEL MUNICIPIO DE TABIO - CUNDINAMARCA.....	102
2.1. Descripción de la propuesta de Plataforma para el Municipio de Tabio - Cundinamarca.....	102
2.2. Objetivo general.....	105
2.2.1. Objetivos Específicos.....	105
2.3. Público Objetivo.....	106
2.4. Mapa de Actores.....	106
2.5. Propuesta del modelo de gestión para la construcción de franjas infantiles en radios comunitarias.....	108
2.5.1. Metodología de las Franjas Infantiles en Radios Comunitarias.....	109
2.5.1.1. Insumos.....	109

2.5.1.2. Procesos.....	110
2.5.1.3. Incidencias.....	110
2.6. Propuesta del modelo de gestión de la franja radial infantil - la hora del parche.....	111
2.6.1. Capacitación.....	112
2.6.2. Pre-producción – Producción.....	112
2.6.3. Emisión.....	113
2.6.4. Visibilización.....	113
2.6.5. Evaluación.....	114
2.7. Descripción – franja radial infantil - la hora del parche.....	114
2.7.1. Políticas Generales de la Franja Radial Infantil.....	116
2.7.2. Criterios Generales de la Franja Radial Infantil - La Hora del Parche	117
2.7.3. Parrilla Franja Infantil La Hora Del Parche.....	118
3. LOGROS.....	122
4. DIFICULTADES.....	125
5. CONCLUSIONES.....	126
6. LECCIONES APRENDIDAS.....	127
7. RECOMENDACIONES.....	129
7.1. Recomendaciones a Radio Juaica Stereo.....	129
7.2. Recomendación a la Comunidad.....	130
7.3. Recomendación a los Futuros Facilitadores.....	131
7.4. Recomendaciones a la Universidad de La Sabana.....	131
7.5. Recomendación a Entidades públicas.....	132
8. REFERENCIAS.....	133
9. ANEXOS.....	140

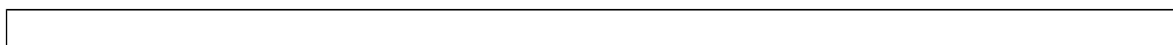


TABLA DE ABREVIATURAS	
AMARC	Asociación Mundial de Radios Comunitarias
CCS	Comunicación Para el Cambio Social
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CIDH	Comisión Interamericana de Derechos Humanos
CONPES	Consejo Nacional de Política Económica y Salud
CPD	Comunicación Para el Desarrollo
DDHH	Derechos Humanos
DHSR	Derechos Humanos Sexuales y Reproductivos
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación
FARCO	Foro Argentino de Radios Comunitarias
FMI	Fondo Monetario Internacional
IAP	Investigación Acción Participativa
LGTB	Lesbianas, Gais, Transexuales y Lesbianas
MNTIC	Ministerio de Tecnología de la Información y las Comunicaciones de Colombia
NOPS	Necesidades, Oportunidades, Problemas y Soluciones
ONG	Organización No Gubernamental
ONU	Organización de Naciones Unidas
PNUD	Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo
SDSI	Somos Diferentes, Somos Iguales
SINIC	Sistema Nacional de Información Cultural
TIC	Tecnologías de la Información y la Comunicación

TEIB	Tabio (lengua Chibcha)
UICN	Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza
UNICEF	Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia
VIH	Virus de la Inmunodeficiencia Humana
WWF	Fondo Mundial para la Naturaleza

TABLA DE GRÁFICOS

Figura 1.	Modelo Canónico del Proceso Comunicacional Inspirado en el Propuesto por Shannon y Weaver.....	63
Figura 2.	Modelo Estímulo- Respuesta.....	64
Figura 3.	Pirámide poblacional según el DANE.....	84
Figura 4.	Pirámide poblacional según el Sisben.....	85
Figura 5.	Encuesta de Percepción: ¿Conoces la emisora del Municipio?.....	97
Figura 6.	Encuesta de Percepción: ¿Te gustaría que hubiera un	98

Figura 7.	programa para niños - jóvenes en Radio Juaica?..... Encuesta de percepción: ¿Cuál es la emisora que más escuchas?.....	99
Figura 8.	Mapa de Actores del Municipio de Tabio.....	107
Figura 9.	Modelo para la construcción de Franjas Infantiles en Radios Comunitarias.....	108
Figura 10.	Modelo para la Construcción de la Franja Radial Infantil “La hora del Parche”	111
Figura 11.	Parrilla de programación de “La Hora del Parche”	118

TABLA DE TABLAS

Tabla 1.	Instrumentos Métodos y Fuentes en el Desarrollo de la Metodología de Investigación.....	82
Tabla 2.	Distribución territorial de Tabio, Cundinamarca.....	83
Tabla 3.	Número de establecimientos educativos del municipio de Tabio...	87
Tabla 4.	Parrilla de Programación de la Emisora Radio Juaica Stereo.....	88
Tabla 5.	Necesidades, Oportunidades, Problemas y Soluciones.....	90
Tabla 6.	Muestra del estudios de percepción de los grupos focales y las entrevistas semi-estructuradas.....	95
Tabla 7.	Descripción de los programas de la Franja Radial Infantil “La Hora del Parche”	118

Tabla 8. Parrilla de Programación Emisora Radio Juaica Stereo + Franja Radial Infantil “La Hora del Parche”	121
--	-----

0. INTRODUCCIÓN

A una hora de Bogotá se encuentra Tabio, un Municipio lleno de diversi tranquilidad, mística y sabores caseros que todos pueden disfrutar. Está rodeado no solo de una naturaleza frondosa que impacta al llegar, sino también de una inmensa arquitectura colonial. Sus montañas abrigan al municipio y en los picos de estas se puede apreciar, dicen sus pobladores, el contacto que hacen los seres del más allá. Su geografía, agricultura y economía, así como los lugares turísticos de esta región y sus grandes actividades culturales, hacen que Tabio se convierta en uno de los lugares más visitado por los turistas.

Tabio cuenta con un canal de televisión (TEIB), un Periódico (El Torbellino) y una Emisora Comunitaria (Radio Juaica Stereo), los cuales informan, entretienen y educan a diario a todos los tabiunos, no solo en temas propios de la región, sino también nacionales e internacionales. En Tabio, Radio Juaica Stereo, cumple un

papel fundamental con la comunidad, al fomentar la expresión de todos aquellos que los deseen. Sin embargo, no todas las emisoras comunitarias tienen el mismo objetivo, porque no todas nacen del mismo contexto; la mayoría de ellas surgieron como un canal de comunicación entre las comunidades y sus habitantes, es decir, “para ser la voz de la comunidad, portavoz del interés público y como parlante local y regional” (Ministerio de Cultura, 2009, p.8).

De esta forma, durante 5 años ha sido Radio Juaica Stereo la emisora del Municipio, es la que ha hecho frente a todos los temas referentes a Tabio, a través de la participación de su comunidad. Y es que son las radios comunitarias, las que durante años han surgido en las poblaciones de Colombia como una forma de apoyar procesos de Desarrollo, Sostenibilidad, Participación y Cambio Social en las comunidades:

La audiencia es la razón de ser de la emisora comunitaria. El objetivo principal, más que oyentes, lo que busca la radio comunitaria son interlocutores: ciudadanas y ciudadanos que se identifiquen con la emisora, que participen en ella y generen cambios de vida a partir de los procesos comunicativos que allí se lideran. (Fajardo, Toloza, Tibaduiza & Marín, 2010, p.38)

Sin embargo, muchas veces la limitada perspectiva de la comunicación y de la participación por parte de los líderes de la radio comunitaria, sumada a la falta de empoderamiento por parte de la misma comunidad, ha ocasionado que las radios comunitarias vayan perdiendo su potencial, y por ende, dejen de ser sostenibles. “La gestión de las audiencias se orienta a buscar un equilibrio entre el conocimiento de la audiencia y la razón de ser de la emisora comunitaria” (Fajardo et al., 2010, p.38).

Lo anterior, significa que se debe lograr un complemento entre la radio comunitaria y la comunidad, que potencialice, no solo las habilidades comunicativas de sus

audiencias, sino que consolide los procesos democráticos y participativos de las comunidades; su participación es fundamental, ya que si no hay participación difícilmente los procesos de desarrollo podrán ser ejecutados de manera eficaz y sostenible.

Sin embargo, muchas veces la falta de información contribuye a que las personas no participen de forma activa en las radios comunitarias, lo que dificulta el proceso de creación de espacios de debate, diálogo y participación; así mismo, las diferentes problemáticas que impactan a las comunidades hacen que la gente se aleje de los micrófonos y no hablen acerca de lo que piensan; el debate, la opinión y la crítica pasan de ser algo fundamental que puede ayudar a mitigar un problema, a convertirse en un simple rumor.

Dejando claro que la radio comunitaria es una experiencia local que busca el bienestar individual y social, resaltamos que la intervención de la comunidad juega un rol fundamental en las dinámicas que crea la radio comunitaria.

Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) “los niños, niñas y jóvenes en Colombia no solo son los más excluidos sino también los menos visibles en la agenda pública y los medios” (MinTIC & UNICEF, 2006), lo que hace que los contenidos de las radios vayan dirigidos a la población adulta, pasando por alto que la audiencia infantil y juvenil también debe hacer parte de estos espacios participativos de intervención ciudadana y que a partir de esta población se deberían fortalecer los espacios de educación.

Así mismo, el informe final de la Universidad Industrial de Santander: “Características, alcances sociales e impacto del servicio de radiodifusión comunitario en Colombia” señala que el público objetivo de los programas más importantes de las emisoras son los adultos con un 13%, los jóvenes llegan a

alcanzar el 8%, sin embargo “Ni los “niños y niñas”, ni las “mujeres” logran superar el 1%.” (Delgado, Quintero, Martínez, Escobar & Quiñones, 2008).

En otras palabras, la población infantil es un público rezagado, y así lo refleja este informe, al estipular que tan solo el 6% de los niños y el 4% de las niñas hacen parte del público principal de la emisora, lo cual indudablemente, se verá reflejado en las franjas de programación que haya en la misma.

La radio comunitaria construye ciudadanía en el momento en que abre la puerta a sus ciudadanos y permite que se expresen y participen. Para ilustrar esto están las parrillas de programación, las cuales son el reflejo de su diversidad y pluralidad, estas hacen referencia a “la posibilidad de coexistencia de múltiples miradas y lugares (...) a la multiplicidad de culturas, valores, lenguajes, etc., desde cada una se aporta al proceso de consolidación de las democracias sólo en la medida en que interactúen de manera comunicativa” (Delgado et al., 2008).

Es decir, las parrillas de programación deben estar creadas a partir de las necesidades de sus audiencias, con el objetivo, no solo de complacer a sus públicos, sino de ir encontrando nuevas propuestas que se distingan de las demás modalidades de radio, por sus contenidos éticos y narrativos; propuestas que logren transmitir a sus audiencias un mensaje claro que les haga sentir que están siendo representadas y reflejadas por ese espacio radial.

Es por esto, que a partir de este proyecto de investigación-acción realizado en el Municipio de Tabio, Cundinamarca, con niños, niñas, jóvenes e integrantes de la radio comunitaria, se ha hecho posible proponer:

La radio comunitaria sin duda alguna, es el canal que tienen las comunidades para expresar sus opiniones, educar, potencializar sus capacidades y fortalecer sus procesos de desarrollo, con el fin de mejorar su calidad de vida a nivel social y

económico. “Los actores de las comunidades locales ya no pueden ser considerados audiencias pasivas, son “audiencias protagonistas” llamadas a ser determinantes en el rumbo que tome la emisora” (Fajardo et al., 2010, p.26).

1. EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN

El Municipio de Tabio en su mayoría cuenta con una población participativa, que se vincula a la mayoría de programas estipulados por la Alcaldía y por la Casa de la Cultura; no obstante la participación en los Medios Comunitarios, en especial en la emisora Radio Juaica, es escasa, aún más cuando se habla de niños, niñas y jóvenes; pero pese a que la emisora cuenta con diversos programas locales, musicales y de entretenimiento, en los cuales se manejan diferentes temas de interés, no contiene un programa infantil, es decir, que la participación de los niños en un espacio creado solo para ellos, no existe; sin embargo, algunas veces, los menores participan de las llamadas al aire en donde tienen la posibilidad de pedir algunas de sus canciones favoritas.

Así mismo, la falta de pertenencia y de conocimiento de la población infantil, juvenil y adulta, frente a la importancia y al rol que desempeñan los espacios comunitarios en la región, no permite que la comunidad se involucre en la radio

comunitaria activamente, lo que contribuye a que los niños, niñas y jóvenes sean los más escépticos frente al tema.

Es por esto, que encontramos la necesidad de crear un espacio radial para niños, niñas y jóvenes hecho por ellos y para ellos, en el cual puedan debatir, opinar y hablar de las problemáticas que los aquejan o de sus vivencias cotidianas, mientras se capacitan a través de jornadas lúdicas, en donde se desarrollen temas propios de la radio y se refuerce su capacidad de agencia.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se puede llegar a creer que para hacer radio se necesitan muchas herramientas, conocimientos técnicos y elementos teóricos para poder comunicar lo que se quiere, pero en realidad, el conocimiento que deben tener las personas que hacen radio tiene que ser un proceso colectivo, en el que cada uno debe participar activamente, ya sea desde su propia experiencia o desde la cotidianidad de lo que cada uno vive.

Como se ha dicho, en el marco de esta investigación, el tema general hace referencia a la participación comunitaria y ciudadana como eje fundamental en todo proceso de desarrollo, y específicamente, en la gestión de la radio comunitaria.

En este sentido, interesa comprender el papel de la comunicación en el desarrollo humano y social, además, la manera como la comunicación contribuye al alcance de ello. En este sentido, desde la perspectiva de las nuevas ciudadanías, es importante tener en cuenta, cómo las niñas, niños y jóvenes ejercen y son tomados en cuenta como ciudadanos constructores de la vida pública local.

Más específicamente, en Radio Juaica, existen algunos programas musicales y de debate que son liderados por parte de la comunidad. Sin embargo, la población infantil no se ha tenido en cuenta en la elaboración de la parrilla de programación de la Emisora Comunitaria y nunca se ha creado un espacio real en el que los niños, niñas y jóvenes tengan la oportunidad de debatir, opinar, proponer y hacer sus propios contenidos radiales. Al no existir otra oferta de programación para estos públicos, los niños, niñas y jóvenes, acuden a otros canales de radio y televisión, de mayor carácter comercial, que les ofrece entretenimiento con lenguajes y temas atractivos para ellos.

La radio comunitaria como vehículo de participación y expresión será otro de los temas a tratar; como se ha planteado antes:

Las emisoras comunitarias están llamadas a ser una oportunidad para que las personas y las organizaciones de las comunidades locales generen sus propios espacios de interacción y a través de ellos expresen sus visiones de la realidad y la propuesta de acción para el logro de una convivencia armoniosa e impulsora del desarrollo colectivo. (Fajardo et al., 2010, p.38)

De acuerdo a las indagaciones previas, la población infantil expresó claramente su necesidad de un espacio radial en la emisora, así como, la necesidad de que los entes locales y educativos apoyarán este tipo de iniciativas con el fin de incentivar la participación y fortalecer su capacidad de agencia y cambio social desde el público infantil. En este sentido, surgen interrogantes como:

- ¿De qué manera las emisoras comunitarias pueden reflejar las perspectivas de la infancia sobre la vida pública local?
- ¿Es posible que los programas radiales infantiles contribuyan a la sostenibilidad integral de las radios comunitarias? ¿Cómo pueden hacerlo?

La pregunta entonces que se consideró apropiada junto con la comunidad para orientar esta investigación es:

¿Cómo construir una franja radial infantil que aporte al enriquecimiento del espacio público local, y de paso, fortalezca la sostenibilidad integral de Radio Juaica en el municipio de Tabio?

1.3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo General

Indagar cómo la radio comunitaria de Tabio, puede ser una herramienta de educación, participación y cambio social, de tal forma que pueda contribuir con la participación y expresión de los niños, niñas y jóvenes del municipio.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a) Establecer el estado del arte del tema propuesto, con el fin de reconocer los diferentes avances conceptuales y empíricos sobre el mismo.
- b) Construir unas categorías conceptuales que posibiliten la comprensión del tema niñez - radio comunitaria.
- c) Reconocer el rol asignado a la radio comunitaria en los procesos de Educación y desarrollo de las comunidades.
- d) Identificar las principales características del municipio de Tabio Cundinamarca, que tienen incidencia en la población infantil.

- e) Analizar las características actuales de la gestión de la radio comunitaria de Tabio.
- f) Identificar los hábitos de consumo, percepciones, gustos y necesidades, de los niños, niñas y jóvenes de Tabio, relacionados con la radio.

1.4. ANTECEDENTES O ESTADO DEL ARTE

1.4.1. Edu - comunicación

Durante mucho tiempo la edu-comunicación se ha trabajado como una forma de enseñanza, guiada a la participación de las personas en los diferentes procesos de desarrollo, con el fin, de que puedan trabajar colectivamente en productos sociales que ayuden en la mitigación de sus problemáticas y en la solución de las mismas.

Célestin Freinet fue el educador que en 1926, por problemas de salud, económicos y sociales, buscó una forma auto - gestionada de enseñar a sus alumnos. Al querer incentivar la participación de los educandos, Freinet adquirió una imprenta para que, mediante sus propios esfuerzos, pudieran plasmar sus conocimientos y compartirlos con sus demás compañeros y el pueblo donde vivían. La actividad no correspondía a cumplir un deber para obtener una nota; por el contrario, era una forma entretenida de exponer sus ideas. “La colección del periódico escolar se fue haciendo memoria colectiva del grupo, registro de su proceso de descubrimiento y de sus avances en la producción de conocimiento. De adquisición individual, el saber pasó a transformarse en construcción colectiva, en PRODUCTO SOCIAL. (Freinet citado en Kaplún, 1998)

Esto es solo una muestra de cómo la edu-comunicación, desde años atrás, adquiere un rol importante dentro de la comunicación comunitaria, pues siempre ha tenido como objetivo crear espacios lúdicos en los que las personas puedan aprender para luego transmitir su conocimiento y generar un impacto en sus comunidades.

A partir de esta iniciativa, de los estudios acerca de la Educación y de los avances de la Comunicación para el cambio social y para el Desarrollo, Mario Kaplún plantea la edu-comunicación, como una forma de utilizar recursos comunicativos para que, “los destinatarios tomen conciencia de su realidad, para suscitar una reflexión, para generar una discusión” (Kaplún, 1998, p17).

Y es que es la edu-comunicación, una de las estrategias de la comunicación para el desarrollo más efectivas, a la hora de generar cambios sociales en las comunidades, ya que muestra a través de sus propias realidades y de la participación de cada uno de los agentes que interviene en el proceso, una visión más clara de cómo se debe transformar determinada problemática.

En Colombia y en el mundo, esta estrategia se ha aplicado con éxito, mostrando cómo por medio de la edu-comunicación grandes y pequeñas comunidades se han movilizadas activamente, logrando así su propio desarrollo.

1.4.2. El edu - entretenimiento

El edu-entretenimiento es una de las estrategias de comunicación para el desarrollo, que combina la educación con el entretenimiento, con el fin de generar una movilización social en las comunidades y mitigar las problemáticas que se evidencian en las mismas. El edu-entretenimiento se puede trabajar en radio, prensa o televisión. Actualmente, se conocen varios casos de éxito a nivel internacional, que han tenido como base el edu-entretenimiento.

El primero de ellos es la **Fundación Puntos de Encuentro**, para la transformación de la vida cotidiana. Ubicada en Nicaragua, Puntos de Encuentro es una organización sin ánimo de lucro, integrada por un colectivo de mujeres y hombres que a través de diferentes espacios multiculturales de radio y televisión buscan contribuir al desarrollo de Nicaragua, fomentando la participación, la igualdad y los espacios de opinión y debate para jóvenes, mujeres y hombres. El mayor objetivo de la fundación es la incidencia local y gubernamental en los asuntos públicos y privados del país que involucran a las mujeres, con el fin de que los temas menos relevantes que las afectan sean tenidos en cuenta en la agenda pública del país.

Su eje central dentro de las estrategias de comunicación que maneja es “Somos Diferentes Somos iguales” (SDSI), que busca promover e incentivar los derechos de las y los adolescentes en la vida cotidiana.

El Segundo proyecto es Soul City Institute for Health and Development Communication, el cual trabaja en el sur de África desde el año 2011, y desde entonces, ha generado la participación activa de diversas organizaciones internacionales, quienes han logrado posicionar el proyecto en otros 9 países del sur de África.

Soul City busca promover e incentivar cambios sociales mediante un modelo de comunicación para el cambio social que combina el edu – entretenimiento en radio y televisión con material impreso de apoyo, programas de movilización social y estrategias de abogacía.

El eje de la estrategia de Soul City lo constituyen programas de edu-entretención, transmitidos en medios masivos: dramatizados en radio y televisión. El Edu-entretención ha sido utilizado en todo el mundo como una poderosa herramienta para educar, e influenciar y guiar el cambio social. Mediante

historias cuidadosamente elaboradas, se incorporan temas sociales dentro de dramatizados populares, que tienen el potencial de llegarle a una amplísima audiencia. (The communication Initiative, 2003)

Otro de los programas es **La Plataforma de Edu- entretenimiento + Movilización = Cambio Social** es una de las estrategias de comunicación multimedia, que busca articular la radio, prensa, televisión e internet en procesos de movilización social y actividades escolares, comunitarias y de servicios de salud a través de espacios de opinión y debate que incentiven los Derechos Humanos, Sexuales y Reproductivos de adolescentes y jóvenes.

La plataforma tiene como objetivo, aportar a la reflexión crítica y a la transformación de prácticas individuales, familiares, comunitarias y sociales con miras al ejercicio de los DHSR por parte de los adolescentes y jóvenes, adicionalmente, fortalecer las capacidades de la ciudadanía en general, las redes sociales, los grupos u organizaciones locales y regionales para identificar, reflexionar y ejercer los DHSR; fortalecer la opinión pública favorable para la promoción y defensa de los DHSR; y contribuir al desarrollo de las políticas públicas, programas o proyectos relacionados con los temas prioritarios. (Revelados, 2013)

Esta plataforma reúne las demás iniciativas de Edu- entretenimiento promoviendo la movilización social a nivel nacional e internacional.

Por otra parte, **El tren de la Diversión** es un programa de radio comunitaria, creado en la Universidad de la Sabana, por la docente María Fernanda Peña, este proyecto que duró cerca de 7 años y en el que participaron más de 100 estudiantes de Comunicación Social, tenía como base la estrategia del edu- entretenimiento, desarrollo y cambio social. El tren de la Diversión se desarrolló en Zipaquirá y Guatavita, involucrando de manera activa todas las radios comunitarias que hacían parte de estos municipios al igual que los colegios y escuelas, esto con el fin de que fueran los mismo niños quienes generaran sus

propios contenidos a través de un espacio de magazín que se les daba en la emisora comunitaria, en donde se trabajaron diferentes temas preponderantes a las problemáticas sociales de las comunidades, logrando promover e incentivar los Derechos de los niños, los temas de familia y en donde se incentivó la participación de la comunidad en la agenda local de los municipios.

Finalmente, frente a la perspectiva del edu- entretenimiento y a las otras miradas teóricas que han abordado el análisis de este tema, hay que rescatar cuatro puntos que resaltan esta estrategia y su gran impacto en los diferentes temas de desarrollo en las comunidades, tales como los procesos de empoderamiento, la inclusión de nuevas perspectivas, la recuperación de la cultura en las regiones y las diferentes experiencias que maneja en cuanto al abordaje de los movimientos sociales.

Esto sin pasar por alto que el edu-entretenimiento tiene que empezar a ser visto de una forma más global, con el fin de que sus propuestas incluyan temas de derechos humanos, inclusión social y enfoques ciudadanos, todo guiado hacia un mismo objetivo, el cambio social.

Según Rafael Obregón, Clemencia Rodríguez y Jair Vega en su libro *Estrategias de Comunicación para el Cambio Social*, "la combinación sistemática del entretenimiento y la educación ha dado lugar a la estrategia denominada edu – entretenimiento" (Rodríguez, Obregón & Vega, 2002, p.51)

1.4.3. Radio comunitaria: Abordajes Conceptuales

1.4.3.1. Nestos Busso

Nestos Busso, presidente del Foro Argentino de Radios Comunitarias, destaca a las radios comunitarias como un mecanismo de participación, que permite para que las audiencias dejen de ser pasivas y se conviertan en sujetos activos de las

producciones radiofónicas. Asimismo, señala “Las radios comunitarias son radios de propiedad de organizaciones sociales o entidades sin fines de lucro u organizaciones libres del pueblo según la denominación que se quiera dar” (Ávila, Muñoz, Dubois & Carballido, 2010).

1.4.3.2. Alfredo Olivera

Para Alfredo, Olivera, director de la radio “La Colifata”, una radio comunitaria “No es necesariamente una radio de baja potencia, no es necesariamente producciones de baja calidad; Una radio comunitaria funciona como máquina productora de acontecimientos sociales” (Ávila et al., 2010)

1.4.3.3. Jesús Martín Barbero

Para Jesús Martín Barbero, la modernización y las nuevas tecnologías, en la radio, posibilitaron la diversificación de emisoras y por ende la ampliación de audiencias. Es decir, estas transformaciones permitieron que las emisoras pudieran llegar a más grupos poblacionales. “A través de las radios comunitarias, movimientos sociales barriales o locales y ONG encuentran la posibilidad de un nuevo tipo de espacio público, ya no para ser representados, sino para ser reconocidos a partir de sus propios lenguajes y relatos” (Lizarazo & Saffon, 2006).

1.4.3.4. Claudia Villamayor y Ernesto Lamas

La comunicación es un derecho indispensable que el Estado debe garantizarle a una sociedad; sin embargo, aún se presentan grandes obstáculos, por ejemplo no todas las comunidades cuentan con acceso a un medio de comunicación. Para Villamayor y Lamas esto provoca que algunas regiones se encuentren privadas no solo de acceder a un medio, sino de exponer una realidad. Es por esto que “La radio comunitaria se transformó en el único medio de comunicación y difusión en numerosas localidades aisladas o lejanas a los centros urbanos. Así es el único medio de información y recreación local, donde no existen diarios, ni semanarios ni otros medios de comunicación”. (Villamayor & Lamas, 1998, p.163)

1.4.3.5. José Ignacio López Vigil

Para José Ignacio López Vigil, autor del libro “**Manual Urgente para Radialistas apasionados**” y director del sitio www.radialistas.net, una radio comunitaria es aquella que no solo por hacer parte de la comunidad lo es, sino que se define por:

Su programación más allá de la línea editorial de la emisora-, en ella tiene que haber solidez económica, no para privatizar la ganancia sino para reinvertirla en la empresa social, en ella tiene que haber intereses compartidos porque si no, no es común, comunitaria, si no sectaria, en ella tiene que haber vocación de crecimiento y vocación masiva -en el radio de cobertura de la misma-. Comunitaria no es sinónimo de pequeñez. (Cotton, 2013)

1.4.3.6. María Pía Matta Cerna.

María Pía Matta Cerna, presidenta de AMARC, sostiene la importancia de la radio comunitaria como un actor que ejerce su democracia por medio de la palabra, de la voz.

La radio como radio es un medio de comunicación fundamental muy democrático la radio se hace de manera simple fácil, es muy cercana por lo tanto todo lo que sea cercanía, democratización de la palabra, participación de actores diferenciados; mujeres campesinos, pueblos indígenas. La radio es un instrumento maravilloso para poder llevar adelante todo aquello que tiene que ver con la comunicación alternativa, comunitaria y ciudadana. (Matta, 2012)

1.4.3.7. Ministerio de las Tecnologías de Información y las Telecomunicaciones de Colombia

Se entiende por radiodifusión sonora comunitaria cuando la programación de una emisora está orientada a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que conduzcan al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones

culturales de la comunidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial, a la promoción de la democracia, la participación y los derechos fundamentales de los colombianos que aseguren una convivencia pacífica. (MinTIC)

1.4.3.8. Gastón Montells

Gastón Montells, ex director de la Tribu FM, se refiere a la radio comunitaria como un movimiento social, democrático en donde se articulan el uso de las nuevas tecnologías para la producción de proyectos políticos o sociales.

“El proyecto de radios comunitarias es un proyecto identitario, político, social, antropológico va construyendo, va acompañando los procesos de transformación de las poblaciones” (Montells, 2010).

Finalmente, y teniendo en cuenta las definiciones de los autores anteriormente mencionados, la radio es un medio de expresión que representa la idiosincrasia de una comunidad, por medio de la música, los temas y los contenidos de los programas que se transmiten, además, es un reflejo de la realidad social, política y cultural de una comunidad. Es un medio de comunicación alternativa, ciudadana y comunitaria el cual debe ser accesible para todos los actores sociales que estén dispuestos a hablar, a reclamar, a proponer, a denunciar y a compartir ya que es un espacio democrático de participación de la palabra pública en donde se ejerce ciudadanía, en donde se fortalece la identidad cultural, en donde las diferencias unen, en donde no hay una última palabra y en donde se hacen procesos sociales que buscan mitigar una problemática.

Es una organización social sin ánimo de lucro que ejerce el derecho a la comunicación y a la expresión que todos los seres humanos inherentemente poseen por ley y por naturaleza.

1.4.4. La radio comunitaria en proyectos de desarrollo en Iberoamérica

Cada medio comunitario posee un valor singular puesto que cada uno desarrolla una personalidad particular según el contexto en el que surja. Las experiencias de las radios comunitarias, permiten entrever el panorama de estos medios ciudadanos, los cuales contribuyen al fortalecimiento de procesos comunicativos que buscan no solo visibilizar las realidades, sino también comprenderlas a través de las voces locales.

1.4.4.1. La Cometa de San Gil

Ha sido catalogada como una de las mejores emisoras comunitarias de Colombia, su propuesta de organización y administración ha sido ejemplo de trabajo para otros medios. Con más de 10 años de experiencia, la emisora La Cometa ha sido premiada más de 2 veces por el Ministerio de Cultura, con el premio Nacional de Radios Comunitarias y Ciudadanas.

La cometa es una radio comunitaria que se encuentra ubicada en San Gil, en el departamento de Santander, cubre toda la cabecera municipal y es transmitida por la frecuencia 107.2 FM. Aquí, surge de la necesidad de que la comunidad tenga un medio local, razón por la cual, se hizo un estudio de investigación que fue clave para entender los gustos de los diferentes actores sociales (niñez, juventud, tercera edad y organizaciones asociadas). El estudio tuvo como objetivo, visualizar lo que cada uno esperaba de la emisora. Esta metodología de investigación fue importante en el proceso de creación de la emisora, ya que este espacio nació por la gente y ha sido destinado a la comunidad.

Es importante resaltar los convenios y las alianzas con los que cuenta la emisora, pues han permitido el trabajo eficaz, con diferentes entidades locales, regionales, nacionales e internacionales.

1.4.4.2. Una radio no se limita a informar, propone una conversación. Fm La Tribu

La tribu es una radio alternativa comunitaria, fundada en el barrio de Almagro, en la ciudad de Buenos Aires- Argentina, en el año de 1989. Fue creada por Ernesto Lamas, Damián Valls, Hugo Lewin y Claudio Vivori. En sus 24 años de experiencia ha logrado imponerse no solo como una emisora comunitaria sino como un colectivo de comunicación. Las temáticas que se manejan abarcan todo tipo de temas, lo que hace que sus programas estén llenos de un contenido variado que fomenta la participación de todos los actores sociales.

Entendemos que la comunicación no es una técnica, sino que las herramientas se construyen en la práctica, por eso, organizamos talleres y encuentros sobre distintos aspectos de la producción radiofónica y la gestión de medios comunitarios para capacitarnos y poder generar los medios de comunicación que deseamos entre todos y todas (FM la tribu)

La Tribu, es miembro activo de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias y de la Asociación Latinoamericana de Emisoras Radiofónicas y de la Red Nacional de Medios Alternativos.

Este es un medio, tal como lo dice Ernesto Lamas, en el que algunas radios han desarrollado y explotado otros espacios de comunicación en aras de conquistar un público más amplio y producir otras formas de proyectos comunicacionales que aún siguen ligados a la radio (Villamayor& Lamas, 1998). Por ejemplo Fm la tribu tiene una página web en donde se puede encontrar todo lo que concierne a ella, además realizan trabajos audiovisuales, presentaciones teatrales y musicales, transmisión de películas etc. Esta organización, propone democratizar la comunicación para que esté al alcance de todos los ciudadanos.

1.4.4.3. Nombrar la realidad es empezar a modificarla. Radio Enriquillo 93.7 FM.

Radio Enriquillo, es una emisora comunitaria ubicada en la ciudad de Tamayo-República Dominicana. Es reconocida por ser un medio de acceso y participación. Fue creada en 1977 con el apoyo de la iglesia Católica. Radio Enriquillo, tuvo gran impacto en la comunidad ya que permitía que otras personas tuvieran el poder de la palabra y de comunicarse.

Enriquillo, tiene un franja especial para el grupo infantil, el cual está apoyado por el programa Child Media que también se lleva a cabo en más 30 países. Las niñas y los niños contribuyen a la elaboración y producción de un programa semanal en el que el objetivo es que los niños se expresen y se informen sobre sus derechos.

Por otra parte, ha sido un agente fundamental en cuanto a temas de medio ambiente y el patrimonio ecológico, en el cual se buscan generar estrategias de comunicación enfocadas a la solución de los problemas ambientales que se desatan constantemente y a la protección del patrimonio cultural. Uno de los ejemplos es el programa radial el “Encuentro con el Medio Ambiente” es uno de los programas más escuchados ya que es un espacio dinámico que reflexiona sobre estos temas y busca soluciones que contribuyan a la conservación de los recursos (Villamayor & Lamas, 1998).

1.4.4.4. Radio Huayacocotla, “La voz de los campesinos”

Es una radio y una organización comunitaria que se encuentra localizada en Huayacocotla, en la región de la Sierra de Veracruz. Fue la primera escuela radiofónica de México creada el 15 de agosto de 1995 con el fin de llevar a cabo procesos de educación y alfabetización en las regiones alejadas de las ciudades. Paso por varias etapas de crecimiento y dificultades que sin duda alguna fortalecieron el desarrollo integral y los valores de la emisora.

Se realizó una investigación exhaustiva que permitió un mejor conocimiento sobre lo que la población pensaba, con los resultados obtenidos se planteó una programación incluyente, participativa y diversa en sus contenidos, todo con el fin de integrar, rescatar la cultura, la música y la idiosincrasia de la comunidad. En los años 90 “la emisora salió en defensa del campesinado contra los abusos de los caciques locales y de los terratenientes. Esto atrajo amenazas y acciones de censura y de silenciamiento en contra de la emisora” (Gumucio, 2001, p.51).

1.4.5. Tesis de grado realizada por estudiante de la Universidad de La Sabana: “Villapinzón más de lo que deseas. Proyecto de radio comunitaria”

Es el trabajo de tesis de grado de la estudiante de Comunicación Social y Periodismo Diana Marcela Mejía Pedraza, de la Universidad de la Sabana. El proyecto establece una franja educativa en la emisora comunitaria del municipio de Villapinzón, Cundinamarca con el fin de abrir un espacio de comunicación el cual los habitantes del municipio tuvieran la oportunidad de hablar sobre los diferentes temas que les aqueja como los problemas de medio ambiente, el desempleo, la crisis económica entre otros, convirtiéndose en agentes de cambio que auto gestionan y proponen alternativas o posibles soluciones.

En primera instancia, se hizo un trabajo de investigación para identificar el problema de la investigación y conocer las diferentes perspectivas, para ello Diana Mejía realizó varias vistas a diferentes actores sociales e institucionales de la comunidad, después realizó un diagnostico que le permitió establecer un árbol problema y por último, a partir de la problemática establecer una estrategia.

El objetivo general del proyecto fue:

“Establecer una franja educativa e informativa en la programación de la radio comunitaria, que fomente la participación ciudadana de los habitantes de Villapinzón con el fin de que las personas discutan sobre las problemáticas de la comunidad y aporten soluciones para el cambio”. (Mejía, 2012)

Además de esto se buscaba producir contenidos generados a partir de la participación de la población afectada y con esto fomentar sentido de pertenencia para que la franja fuera sostenible.

Una de las estrategias de comunicación más importante para el establecimiento del programa en la emisora comunitaria de Villapinzón, San Juan FM, fue la educación como una herramienta de desarrollo que buscaba empoderar a la comunidad a través de la radio comunitaria. La emisora también se transforma en un instrumento, un motor esencial, para la educación, participación y otros factores de la comunidad, todo esto generado desde la pregunta problema:

¿Cómo educar e informar a la comunidad sobre la problemática que enfrentan por medio de la emisora comunitaria San Juan F.M., para incentivar la participación ciudadana en la búsqueda de soluciones y fomentar el sentido de pertenencia de los habitantes de Villapinzón hacia su municipio? (Mejía, 2012)

Se realizaron 7 programas radiales los cuales eran realizados por los jóvenes y los adultos del municipio. Los temas que se discutieron estaban orientados a la problemática ambiental que vivían los ciudadanos, para ello se adaptó el modelo IMI el cual busca una comunicación horizontal que se preocupaba por la opinión de las personas afectadas, del punto de vista de los habitantes, de los diferentes grupos sociales etc.

A manera de conclusión el trabajo sostiene el papel fundamental que ejerce la educación como agente transformador, así mismo, resalta la importancia de los

medios comunitarios en la preservación y el rescate de los valores y la cultura de una comunidad en un mundo globalizado.

Finalmente la comunicación para el desarrollo se logra a partir de procesos participativo que integren a los ciudadanos, Mejía afirma que “En otras palabras hay comunicación cuando el protagonista deja de ser el mensaje “perse” y se incentiva una comunicación horizontal, en la que los sujetos son los verdaderos protagonistas en la creación y difusión del mismo” (Mejía, 2012, p.113-114). Es decir cuando los proyectos se realizan con la gente y para la comunidad.

1.4.6. Tesis de grado realizada por estudiante de la Universidad de La Sabana: radio comunitaria, herramienta clave para el desarrollo social: “construyendo sueños”

Es el trabajo de tesis de grado de las estudiantes de Comunicación Social y Periodismo Luisa Fernanda Contreras Ariza y Laura Juliana Ossa Aya, de la Universidad de la Sabana. Esta tesis es la continuación de proyectos anteriores que estudiantes de la Universidad estaban llevando a cabo, enfocados en la comunicación para el desarrollo, para la materia Formulación de Proyectos, en la emisora comunitaria Alegría Stereo, ubicada en el municipio de Tocancipá, Cundinamarca.

La metodología utilizada en esta Investigación –Acción- fue en primera instancia realizar un diagnóstico en el cual, a raíz de este se planteó unos objetivos y para poderlos cumplir se propusieron una serie de actividades que basadas en los modelos de comunicación para el desarrollo, las teorías de comunicación y las diferentes definiciones en cuanto a la radio comunitaria, los medios comunitarios, la participación, la comunidad etc. contribuyeron en el desarrollo de la estrategia de comunicación, cuyos resultados muestran un avance parcialmente positivo en cuantos a los objetivos que fueron planteados.

Teniendo ya el espacio en la parrilla de programación de la emisora, los sábados de 12 pm a 1pm. La propuesta buscaba que los jóvenes trataran temas propios de su realidad y de su interés colectivo. “El propósito del trabajo con el medio comunitaria está directamente relacionado con las diferentes maneras en que la comunicación puede compartir con la comunidad, convirtiéndose en una responsabilidad social” (Contreras & Ossa, 2012, p.29).

Así mismo, el trabajo aborda diferentes temas que son pertinentes para la sostenibilidad de proyectos en radios comunitarias como lo son la importancia de los vínculos entre la universidad y como estas alianzas aportan un capital humano que fortalece el capital social de las emisoras.

Una de las dificultades que encontraron las estudiantes al principio fue convocar al grupo de jóvenes que iba hacer parte del programa, además las deserciones de algunos jóvenes y la falta constante de asistencia entorpeció el proceso. Sin embargo, al final, lograron capacitar un 60 % de la población juvenil en formación radial. Por otra parte los jóvenes aprovecharon el espacio radial que les fue proporcionado, en consecuencia la mayoría de ellos se comprometieron a continuar con el proceso.

Finalmente el trabajo que las estudiantes realizaron fomentó la participación no solo de los jóvenes, sino también de la comunidad de Tocancipá. Así mismo, las comunicadoras concluyen afirmando que “promover la participación social de estudiantes incrementa la responsabilidad social que tiene la Universidad de la Sabana, frente a los municipios de la Sabana de Bogotá” (Contreras & Ossa, 2012, p.63). Lo cual es importante y necesario ya que de una u otra manera se contribuye al desarrollo de un municipio.

1.5. MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO

1.5.1. Teorías del desarrollo

1.5.1.1. Teoría de la Modernización

La Teoría de Modernización surgió en la década de los cincuentas y sesentas en respuesta a la batalla ideológica que entonces se libraba entre el capitalismo occidental y el comunismo. Frente a la percepción del comunismo como una amenaza regional, las potencias occidentales, encabezadas por los Estados Unidos, dedicaron su atención a ganarse la lealtad de los llamados países tercermundistas de la época. (Biblioteca Luis Ángel Arango)

Por otra parte, la hipótesis de la teoría radicaba en la transición a una sociedad moderna desarrollada cuya visión estaba asociada a las políticas Occidentales que estaban guiadas a la economía y al capitalismo. En esta época surgen 5 personas claves para entender el desarrollo: Ragner Nurkse, Quien plantea la Teoría del crecimiento balanceado; Walt Rostow, propone los estados del crecimiento; Albert Hirschman y la teoría del crecimiento des-balancead; Arthur Lewis y la Teoría del crecimiento con oferta limitada de trabajo y Paul Rosenstein-Rodan.

Ellos, afirman que la industrialización permite el crecimiento económico y este trae prosperidad en todos los sectores de la economía. Por otra parte, decían que la economía lograba mejores resultados cuando había un mercado competitivo con el apoyo de un gobierno eficiente y por último, que la economía del tercer mundo requiere de Occidente para que este impulse sus procesos de desarrollo.

1.5.1.2. Teoría del Estructuralismo

Surge como una crítica a las teorías del desarrollo económico ya que afirmaba que los llamados países del tercer mundo se encontraban en desventaja al depender tanto de los países occidentales, por otra parte, las reglas del comercio mundial no favorecían la industrialización de los países “ subdesarrollados” todo lo contrario beneficiaba a los países desarrollados. Además el orden económico estaba polarizado entre el centro y la periferia ya que en las ciudades se concentraba la industria y por ende el desarrollo económico de un país, estaba siendo perjudicado el sector agrícola.

Hay obstáculos que limitan el progreso de estos países por lo tanto es necesario alterar su estructura para llegar a un estado óptimo de desarrollo. Tal como lo argumenta Alan Thomas (2000) en el libro *Poverty and Development Into The 21 Century* esta teoría se preocupa por las estructuras fundamentales, económicas y sociales que ven el desarrollo como la participación de los cambios en las estructuras.

En esta época surge la CEPAL y la teoría estructuralista se desarrolla alrededor de la visión de este organismo dependiente de la Organización de Naciones Unidas

(ONU) creado por y para América Latina como una alternativa de los modelos de desarrollo que se venían estableciendo.

Por otra parte, el proteccionismo fue de la mano del estructuralismo para el cual el estado ejercía un papel importante, era el encargado de buscar financiación internacional para temas sociales, creación de empresas entre otros proyectos que estuvieron sustentados en deudas, con esta idea se financió la industria en América Latina.

1.5.1.3. Neoliberalismo

El neoliberalismo fue la perspectiva de desarrollo dominante en los años 80's en Estados Unidos, es un modelo económico cuyo centro de pensamiento era la escuela de Chicago la cual propugnaba: La no intervención del estado en la economía, la liberalización de los mercados el cual garantiza el desarrollo, el crecimiento económico de los individuos y la privatización.

El pensamiento neoliberal se constituyó en la corriente de mayor consenso entre los sectores e instituciones financieras internacionales influyentes. El mayor consenso provino tras la caída del comunismo en Europa Oriental y en la Unión soviética. Al parecer la única opción de oposición a la economía de mercado, el capitalismo neoliberal se instaló como la única alternativa viable. (Calvento, 2006, p.3)

El neoliberalismo surge como una oposición teórica y política al estado de bienestar, Von Hayeck fue uno de los principales creadores y promotores de esta corriente, junto con otros pensadores y profesionales de la economía de Estados Unidos, Alemania e Inglaterra que fueron "contratados por organismos financieros internacionales como el FMI (Fondo Monetario Internacional) para lograr un nuevo

modelo económico, modelo que terminaría por extenderse a gran parte del mundo” (Biblioteca Luis Ángel Arango).

Los contemporáneos estaban influenciados por las teorías del libre mercado y sus antecesores. “Los triunfos electorales de Margaret Thatcher y Ronald Regan marcaron el apogeo de esta ideología (...) al convertirse en el dogma dominante de los Estados Unidos y el Reino Unido” (Sader & Gentili, 2003, p.36). Con nuevas medidas y políticas orientadas a un mercado dominante sobre la intervención del Estado.

1.5.1.4. Teoría de la dependencia

La situación económica, social y cultural que vivía América Latina en los años cincuenta y sesenta fue la condición apropiada para que surgiera y floreciera un movimiento intelectual que buscara dar respuesta a la segregación y diferenciación: subdesarrollo económico-social y político a que se enfrentaba la región. (Solorza & Cetré, 2011, p.137)

A mediados de la década de los años setenta surge la teoría de la dependencia como una corriente ideológica, política, social y económica que criticaba a las teorías y modelos de desarrollo que se venían implementando, ya que estas solo proponían un desarrollo desde la perspectiva hegemónica de occidente.

En primera instancia esta teoría sostiene que la situación económica de los países “subdesarrollados” estaba condicionada por el desarrollo y la expansión de las economías de los países industrializados. En segunda instancia, la teoría señala que el subdesarrollo es una condición en sí misma es decir, el desarrollo y el subdesarrollo vistos como dos aspectos diferentes de un mismo proceso.

En tercera instancia, afirma que para que haya desarrollo no es necesario ser un país subdesarrollado ya que esto no es una condición y por último “la dependencia no sólo es un fenómeno externo, sino que también se manifiesta bajo diferentes formas en la estructura interna social, ideológica y política” (Solorza & Cetré, 2011,

p.130). Es decir, esta se ve relegada en las características socio-económicas y culturales de una región.

Finalmente, esta teoría fue muy criticada ya que era difícil de aplicar en la práctica, Francisco C. Weffort criticó el concepto de dependencia “por contar con excesivas connotaciones ideológicas” (Weffort, 1994, p.101). Argumentó que ni su gran difusión, ni su fuerza crítica constituían garantías suficientes de su calidad como concepto científico.

Sin embargo, este enfoque fue de gran utilidad para analizar las características y las dinámicas del desarrollo socioeconómico de América Latina y de África y así entender que el desarrollo requiere, más que todo, de la autonomía de los países, el progreso va de la mano de la sociedad.

1.5.2. Comunicación para el desarrollo

El concepto de comunicación para el desarrollo se ha venido transformando con el pasar del tiempo; desde las perspectivas que en los años setentas la asociaron como comunicación popular y/o alternativa, o puesta a una comunicación “dominadora”, hasta otras que plantearon la difusión de innovaciones como el camino adecuado para la modernización.

Más recientemente las CpD se ha venido consolidando como un sub - campo de la comunicación, que trabaja por el interés común de las sociedades, a través de mecanismos como la participación, el fortalecimiento de capacidades, estrategias de comunicación, edu-comunicación y la mitigación de diferentes problemáticas, que contribuyen al desarrollo humano sustentable.

El desarrollo puede concebirse como un proceso de expansión de las libertades reales de que disfrutaban los individuos (...) Si lo que promueve el desarrollo es la libertad, existen poderosos argumentos para concentrar los esfuerzos en ese

objetivo general y no en algunos medios o en una lista de instrumentos especialmente elegidos (...) El desarrollo exige la eliminación de las principales fuentes de privación de libertad. (Sen, 2000, p.19)

Es decir, que el desarrollo, debe intervenir en todos los aspectos de la sociedad, pues la comunicación deja de ser un instrumento que fortalece las políticas públicas y las economías, para convertirse en el medio y la práctica misma de la democracia y de la paz, la comunicación para el desarrollo o para el cambio social debe tener como objetivo el bien de las comunidades, por ende debe fortalecer y mejorar la vida cotidiana de las personas en lo social, lo económico, lo ambientales y lo cultural.

Tal como lo plantea, Rosa María Alfaro, la comunicación para el desarrollo, con el transcurso de los años se ha mostrado como una alternativa que se acerca cada vez más a la población vulnerable, la cual “está comprometida con modelos y proyectos, macro o micro sociales, y con los procedimientos que se implementan para plasmarlos” (Alfaro, 1993, p.11) con el fin de alcanzar cambios concretos que contribuyan al bienestar y a la calidad de vida de una comunidad.

Esto muestra, cómo la comunicación para el desarrollo le abre paso a la comunicación comunitaria, la cual va más ligada al tema de la acción colectiva, ya que, busca a través de diferentes mecanismos como la educación y la participación la movilización y transformación.

En 2006, el Consenso de Roma alcanzado en el Congreso Mundial sobre la Comunicación para el Desarrollo la definió como: Un proceso social basado en el diálogo mediante una amplia gama de herramientas y métodos. También persigue un cambio en distintas áreas como escuchar, generar confianza, intercambiar conocimientos y capacidades, construir procesos políticos, debatir y aprender para

lograr un cambio sostenido y significativo. No tiene que ver con las relaciones públicas o la comunicación corporativa. (McCall, 2011)

Es decir, que la Comunicación para el Desarrollo es un proceso que le permite a las comunidades y poblaciones mejorar la calidad de vida de sus comunidades, a partir de procesos eficaces y sostenibles que incluyan el empoderamiento y participación de cada una de las personas de la comunidad y que promuevan los Derechos Humanos, teniendo como base las problemáticas establecidas por las mismas comunidades. La comunicación para el desarrollo es una herramienta por y para la gente.

1.5.3. Comunicación para el Cambio Social

El papel que jugó Latinoamérica en los cuestionamientos que se le realizaron tanto a las teorías de desarrollo, como a las de comunicación para el desarrollo, fue preponderante ya que, a partir de la teoría de la dependencia, se abrió el camino para la nueva comprensión de la comunicación en los procesos de desarrollo, la cultura y el futuro de las regiones. Y es en este punto donde se empieza hablar, no de la comunicación para el desarrollo, sino de la comunicación para el cambio social.

La comunicación para el cambio social se asume como una herramienta para utilizar la comunicación como un fin en sí mismo, y no como medio para otro tipo de fines.

La comunicación deja de ser un instrumento para fortalecer las plataformas políticas o económicas y comienza a ser vista como la práctica misma de la democracia y de la paz, es decir, los medios pasan de ser vistos como simples instrumentos a ser valorados como espacios comunicativos, donde la interacción – los sujetos se apropian de su futuro mientras cuentan al mundo en sus propios términos desde sus culturas narrativas, esperanzas de futuros locales. (Rodríguez, 2006)

Es decir, que la comunicación para el cambio social se empieza a evidenciar como una herramienta de comunicación en la que los medios de comunicación juegan un papel fundamental y actúan como medios ciudadanos, en los cuales la interacción con el individuo no solo es fundamental para el desarrollo de sus regiones sino para la construcción de mensajes a partir de sus propias culturas.

Alfonso Gumucio Dragón, citado por Clemencia Rodríguez en la ponencia de tres lecciones aprendidas (Rodríguez, 2006), define 4 características de la comunicación para el cambio social.

- a) **Está fuertemente apropiada por la comunidad:** La comunidad se empodera de los procesos de desarrollo que se están llevando a cabo, así mismo, participan de manera activa de los mismos.
- b) **Tiene relevancia local en términos culturales de lenguajes y de narrativas:** La comunidad a través de su lenguaje no solo es capaz de mostrar sus realidades sino de crear su propia identidad, además, manejan una esfera pública dinámica, donde se generan espacios de opinión y debate.
- c) **Genera conocimiento local:** El conocimiento local genera herramientas para que las comunidades se puedan apropiar de sus propios recursos en especial de los que tienen que ver con las TIC.
- d) **Enreda a las comunidades:** Se logra unificar a las comunidades con otras comunidades para que logren compenetrarse con el mundo global y las tecnologías.

Es decir, que la comunicación para el cambio social potencializa la participación de todas las personas, con el fin de mejorar la calidad de vida de cada una de ellas, y así buscar el desarrollo social y económico de su comunidad y su región.

El debate que se sigue dando entre los teóricos de la CpD y los de la CCS, se puede observar en la siguiente descripción:

Para Pereira, Cadavid y Gumucio, La comunicación para el cambio social es participativa, surge de la sociedad, se basa en la propia cultura (...). La comunicación para el cambio social apuesta a la equidad de género y visibilización de las mujeres, etnias y niñez, y concibe la comunicación, no desde el media centrismo comercial y partidario, sino que apuesta a otras formas de comunicación y construcción de imaginarios sociales y culturales por medio de la comunicación alternativa: asambleas de base, teatro, cabildos, uso de Internet, edu-entretenimiento, campañas y medios de comunicación con un modelo de sociedad civil, y basismo (Uriarte, 2012).

El Consorcio de CCS (2003) se refiere a la Comunicación para el Cambio Social como un dialogo público y privado que le permite a la personas establecer e identificar sus necesidades, problemas, objetivos y metas a través de acciones colectivas que fortalecen los contextos de la comunicación.

Para Amparo Cadavid, en la construcción del campo de la comunicación para el cambio social han entrado varios factores en juego. Por mencionar algunos centrales: a) la comprensión de la comunicación no como un instrumento sino como una dimensión de lo social-cultural que tiene la capacidad para generar y fortalecer transformaciones, b) la comunicación como interacción entre dos o más individuos o grupos, y no como acción meramente informativa o divulgativa desde un polo hacia un objeto pasivo-receptivo, c) la existencia de una voluntad concertada entre quienes participan de una potencial transformación para hacerlo desde el campo de la comunicación, este pone en diálogo, por ejemplo, a las

ONG, las movilizaciones sociales, el estado, la cooperación internacional para alcanzar un logro colectivamente, d) el campo de la comunicación para el cambio social asume y le da perfil a nuevos sujetos sociales surgidos de procesos de movilización y lucha por el reconocimiento: ambientalistas, mujeres, discapacitados, desplazados, inmigrantes, LGTB... e) también construye una agenda propia que prioriza los temas que son la búsqueda de las transformaciones que se desean: DDHH, medio ambiente, equidad de género, sostenibilidad, gobernabilidad, participación, democracia y demás. (Cadavid, 2006).

Esto evidencia que, según las definiciones citadas anteriormente la comunicación para el cambio social busca principalmente la participación de las comunidades en todos sus procesos de desarrollo y los espacios de comunicación que generen la movilización social de las comunidades.

1.5.4. Participación

En cualquier proceso de desarrollo, la participación juega un papel fundamental dentro de los objetivos que se trazan a lo largo de los diferentes proyectos que se establecen en los municipios.

Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) la participación es un indicador de desarrollo que gira en torno a los Derechos Humanos y por ende es un factor primordial para mejorar la calidad de vida “Es esencialmente empoderamiento, con énfasis en las poblaciones excluidas y con un enfoque de género que garantice equidad... La participación ciudadana es el fundamento de la democracia, del desarrollo y de la paz” (PNUD, 2010).

Esto se debe, a que cuando las comunidades participan y se apropian de su región y los temas propios de su comunidad movilizan su entorno, su realidad y promueve espacios de reflexiones que van dirigidos en pro de un beneficio común.

La participación fortalece a una sociedad y su democracia, en la medida en que esa participación se vea reflejada en la variedad de actores que intervienen y contribuyen a esos procesos de enriquecimiento “Una ciudadanía fuerte, activa e informada es un patrimonio precioso” (PNUD, 2010). Lo que a su vez genera procesos eficaces y sostenibles que contribuyendo positivamente en el desarrollo social, ambiental y económico de las regiones.

1.5.5. El derecho a la comunicación

Las libertades de expresión, información y comunicación son derechos humanos fundamentales, reconocidos por tratados internacionales, que deben ser garantizados como tales por todos los estados democráticos. Estos derechos, incluido el acceso justo y equitativo a los medios de comunicación, deben protegerse y extenderse en el contexto de los rápidos cambios en las tecnologías de la información y de la comunicación (AMARC, 2010). En este orden de ideas una sociedad requiere de los medios de comunicación como una forma de expresión, opinión, información, promoción de la diversidad y pluralismo. Así mismo, es un medio que permite denunciar vulneraciones de diferente índole, visibilizando los diferentes contextos y por ende mejorando la comprensión de la realidad.

Según las políticas y normas del sector cultural que hacen referencia a los Medios de Comunicación Ciudadanos y Comunitarios, la ley 397 de 1997 o ley de cultura, estipula en el artículo 13 que a través de estos medios de comunicación, se busca proteger las lenguas, las tradiciones, las costumbres y los saberes de los diferentes grupos étnicos (Sinic). Así mismo de las diversas comunidades locales. Para ello, la radio es un derecho esencial que permite de una u otra manera, fortalecer los derechos fundamentales, poner en diálogo la diversidad, fomenta la producción local y garantiza la participación y la colectividad.

Así mismo en el decreto 1126 de 1999 se determina “Proponer y coordinar las acciones necesarias para el desarrollo de las radios comunitarias y otras iniciativas de participación colectiva” (Ministerio de Cultura). Porque estos medios comunitarios son reconocidos como “una expresión de la nacionalidad colombiana” (Ministerio de Cultura).

La radiodifusión, más allá de las visiones técnicas y económicas permite ejercer las libertades de expresión, información y comunicación, que son derechos humanos fundamentales. Razón por la cual, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) declaró que “las condiciones bajo las cuales funciona la radiodifusión constituye un indicador sustantivo del grado de respeto de estos derechos” (AMARC, 2010).

1.5.6. Estrategias de comunicación para el desarrollo

Una estrategia de comunicación es “el conjunto de procesos, procedimientos, acciones y recursos que ponemos en función de alcanzar unos objetivos y metas propuestas desde el punto de vista de la comunicación” (Rodríguez et al., 2002, p.37). Estas tácticas comunicativas pretenden contribuir a la solución o a la prevención de los problemas de una comunidad y por ende son indispensables para el que los proyectos de desarrollo tengan éxito.

Cuando se habla de la implementación de proyectos de CpD, o de estrategias de comunicación, es importante hablar de las diversas opciones que tienen los comunicadores para implementar diversas tácticas y acciones, a la hora de comenzar a gestionar este tipo de proyectos.

Así mismo, se debe tener en cuenta que para que haya una efectividad en los proyectos y campañas de desarrollo, se debe ejecutar y aplicar diferentes

estrategias, que vayan ligadas a la construcción y cumplimiento de los objetivos trazados por el proyecto, ya que las estrategias, cumplen un papel específico en la implementación del proceso.

Cada estrategia que se revisó contiene: Marco conceptual, referentes teóricos, y trabajo de campo, que facilita a los comunicadores vinculados una comprensión y apropiación de la misma, a la vez que favorece el éxito del proyecto.

1.5.6.1. Mercadeo Social

Se define como “El diseño, implementación y control de proyectos con el fin de incrementar la aceptación de ideas y/o prácticas sociales entre una población meta – definida” (Rodríguez et al., 2002, p. 44).

Es decir, que el Mercadeo Social es una de las estrategias de comunicación, más utilizadas cuando se habla comunicación para el desarrollo, pues se busca mitigar una problemática a través de la promoción de determinada estrategia, usualmente se usa en las campañas de prevención sexual.

“Un aspecto importante del mercadeo social, y en general de las campañas de comunicación, es que las campañas que combinan estrategias de comunicación de masas con estrategias de comunicación interpersonal son las más eficaces” (Rodríguez et al., 2002, p. 50). Por esta razón, las organizaciones no deben pasar por alto la comunicación interpersonal ya que esta, es el motor y la que tiene el poder de generar movilizaciones sociales en las comunidades.

1.5.6.2. Combinar educación con entretenimiento

En Latinoamérica la combinación del Entretenimiento con la educación le ha dado paso a otra estrategia de desarrollo, denominada edu – entretenimiento, la cual busca a través de incentivos de educación y capacitación la mitigación de

problemáticas que afectan a la sociedad. Esta estrategia realiza una labor de prevención y educación por medio de programas televisivos o radiales que generen impacto en las comunidades afectadas por temas como, violencia contra la mujer, matoneo, VIH/SIDA, drogadicción entre otras.

La estrategia del edu–entretenimiento cuenta con varios componentes que la diferencian de los programas y contenidos comerciales, estos componentes son: El soporte teórico, el cual se basa en la Teoría del Aprendizaje social; El componente investigativo, que permite identificar y determinar el tipo de población con el que se va a tratar y finalmente la Participación de la audiencia, esta, con el fin de que la comunidad incida en los contenidos de los programas y hablen acerca de sus propias historias.

En los últimos cinco años, Soul City, un proyecto de comunicación apoyado en la estrategia de edu – entretenimiento, ha tenido particular éxito en Suráfrica. Soul City, cuyo vehículo central es un dramatizado televisivo, se ha convertido en una estrategia continua que año tras año incorpora nuevos temas y elementos a su esquema. (Rodríguez et al., 2002, p. 52)

1.5.6.3. Media Advocacy

Media Advocacy es una de las estrategias que se ha desarrollado en los últimos años con el fin de potencializar el propósito de los medios de comunicación para generar espacios de cambio social a través de sus contenidos. “Lawrence Wallack, uno de los impulsores de Media Advocacy, en círculos académicos, la define como el uso estratégico de los medios masivos de comunicación para el avance e iniciativas sociales o públicas” (Rodríguez et al., 2002, p. 54).

El Media Advocacy, tiene como objetivo incorporar diferentes temas de interés de las comunidades en las agendas públicas, es decir, que esta estrategia pretende

incentivar la comunicación como una herramienta de dialogo a través de los espacios de opinión y debate que busquen el cambio social.

1.5.6.4. Periodismo cívico

El periodismo cívico hace más énfasis en resaltar la relación que tienen los medios de comunicación con las audiencias, es decir, tiene más en cuenta los diferentes puntos de vista que tienen los ciudadanos frente a los temas que los involucran directamente con sus comunidades.

Los medios, entran a actuar como escenarios de debate público, donde se busca formar a los ciudadanos, incentivando su participación, ya que esta estrategia propone, reforzar las capacidades ciudadanas, vincular a los ciudadanos en las agendas públicas y fortalecer los medios de comunicación para que actúen como un medio de diálogo social y democracia participativa.

“Si bien es cierto que el periodismo cívico promueve la deliberación pública, a menudo se cuestiona si debes estimular a sus públicos la acción: en el marco de la democracia participativa. Sin embargo, el compromiso mayor del periodismo cívico es con la deliberación pública. Si se lleva a los ciudadanos a la acción, es un resultado importante”. (Rodríguez et al., 2002, p. 59)

1.5.6.5. Movilización Social

La Movilización social es fundamental en cualquier proceso de comunicación y de desarrollo, de hecho en muchas ocasiones se evidencia como uno de los pilares del desarrollo, pues si no hay movilización social difícilmente habrá desarrollo. “Según Díaz Bordenave la movilización social, a diferencia del mercadeo social, no tiene como objeto al individuo, sino que todos los sectores sociales son objeto de influencia para la comunidad, como un todo, se movilice y apoye determinados procesos” (Rodríguez et al., 2002, p. 62).

Esto evidencia, que la movilización social debe ser un proceso participativo en el que se involucren diferentes aliados, tanto de los planos nacionales como locales, con el fin de tener un objetivo de desarrollo mucho más acertado que eleve los niveles de conciencia y que tenga como objetivo la transformación social.

Todas estas estrategias, dejan evidenciar que aunque son diferentes en su contenido todas cumplen un único fin y es el fortalecimiento de capacidades de los seres humanos a través de la participación, la capacitación y la educación, mediante espacios de opinión y debate público que conlleven a generar un cambio e impacto en las comunidades, esto con el objetivo de atender las problemáticas que afectan a la sociedad y generar un desarrollo sostenible.

1.5.7. La sostenibilidad en los procesos de desarrollo

Hoy en día la sostenibilidad hace parte fundamental de los proyectos de desarrollo que estén enfocados al cambio social ya que de estos depende que un proyecto – proceso – iniciativa sea viable, perdurable y sobre todo que no afecte negativamente a una comunidad o a un grupo, todo lo contrario que la beneficie.

Es por esto que es necesario entender el significado de cada una y entender cómo convergen en el campo del desarrollo a escala humana para crear proyectos sostenibles y (o) sustentables que velen por las personas y por el entorno que los rodea.

1.5.7.1. El desarrollo sostenible

Lejos de ser una carga, el desarrollo sostenible supone una oportunidad excepcional: desde el punto de vista económico, para crear mercados y empleos; desde el punto de vista social, para integrar a los marginados; y desde el punto de

vista político, para que todos los hombres y mujeres tengan voz y voto al decidir su propio futuro.

(Kofi Annan, Secretario General de las Naciones Unidas)

El desarrollo sostenible ha surgido como un paradigma del desarrollo, según la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el desarrollo considera que este tipo de desarrollo busca satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la de otras generaciones.

El eje primordial del desarrollo sostenible son las personas quienes pueden transformar el tipo de crecimiento económico que se está haciendo y los métodos de producción que se usan para lograrlo, sin embargo “esto no puede lograrse sin la aplicación integral de políticas económicas, sociales, ambientales y la participación de distintos actores a distintos niveles (local, regional y global)” (Cruz).

La esencia de la sostenibilidad es por tanto el hecho de tomar las características contextuales de la economía, la sociedad y el medio ambiente –la incertidumbre, los múltiples valores que compiten entre sí, la desconfianza entre varios grupos de interés—como un hecho y diseñar un proceso que guíe a los grupos involucrados a buscar y hacer las preguntas correctas para prevenir el establecimiento de empresas ambiental y socialmente desastrosas. (Servaes, 2012)

Es decir que, el desarrollo sostenible busca satisfacer las necesidades básicas de las personas, de una perspectiva más general, desde diferentes dimensiones económicas, sociales, políticas, entre otras exigidas desde una gestión que busque equilibrar los procesos que se esté llevando a cabo para que no fracasen.

1.5.7.2. Desarrollo Sustentable

La sustentabilidad es un concepto emergente que con el tiempo ha evolucionado y ha adquirido una definición propia, está relacionado a los problemas socio-ambientales generados por modelos capitalistas que se limitaron al crecimiento económico.

El concepto sustentabilidad tiene como antecedente inmediato el de eco - desarrollo, concepto que se empezó a utilizar en el Primer Informe del Club de Roma...Ignacy Sachs (consultor de Naciones Unidas para temas de medioambiente y desarrollo) propuso la palabra eco - desarrollo como término de compromiso que buscaba conciliar el aumento de la producción con el respeto a los ecosistemas necesario para mantener las condiciones de habitabilidad de la tierra. (Moreno, 2007, p.3-4)

En 1982 se publicó El Informe Brundtland, también llamado Nuestro Futuro el cual fue elaborado por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, creado por las Naciones Unidas y presidido por Gro Brundtland, la Primer Ministro de Noruega. En este documento se crítica el modelo desarrollado, adoptado por los países industrializados los cuales hacían un uso irracional de los recursos naturales y por ende perjudicaban los ecosistemas. El informe define la sustentabilidad “como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones” (Moreno, 2007).

Así mismo, Según Foladori & Tommasino el término de sustentabilidad puede ser visto desde una perspectiva social (sustentabilidad social) o desde un enfoque físico (sustentabilidad ecológica) el cual se refiere a “la depredación de los recursos, el incremento de la contaminación, la pérdida de los valores ecológicos como la biodiversidad, el paisaje y el ambiente de vida en general” (Foladori & Tommasino, 2000, p.68).

Partiendo de estos dos enfoques, el concepto de sustentabilidad presta atención al modo de vida de los seres humanos y al medio ambiente como herramienta de supervivencia el cual necesita ser supervisado desde las leyes y desde la misma conciencia ciudadana.

Por otra parte, Moacir Gadotti afirma que el concepto de *sustentabilidad*, indica que “el desarrollo podía ser un proceso integral que incluyera dimensiones culturales, éticas, políticas, sociales y ambientales, y no sólo económicas” (Gallegos 2009) cuyo propósito, según El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo es el de crear una atmósfera en la que las generaciones presentes y futuras tengan la posibilidad de satisfacer las necesidades desde políticas redistributivas adecuadas. Por lo tanto Gallegos (2009) señala que se trata de superar el economicismo y adoptar los enfoques sistémicos, asumiendo el desafío de la equidad y la democracia como prerrequisitos para la sustentabilidad

En síntesis la sustentabilidad supone mantener un crecimiento “consiente” que sea consecuente y tenga en cuenta métodos alternativos como el uso de energías renovables entre otros procedimientos, en aras no solo de garantizar bienestar social a largo plazo tanto para la presente generación como para las futuras sino también de concienciar sobre las causas que han llevado al deterioro del medio ambiente.

Así afirma Jonn Friedman el término sustentabilidad tiene implicaciones modestas pero intimidantes para algunos: hacer respirable el aire y bebible el agua, proteger ambientes (tierras húmedas), disminuir el ruido, vapores tóxicos, hacer transitables las calles, desintoxicar los suelos y disponer los residuos sólidos en forma higiénica y segura. Son objetivos universales que cualquier ciudad desearía tener, parecen fáciles de llevarse a cabo pero en la realidad es que no es así. (Moreno, 2007)

1.5.8. La radio comunitaria

“No se trata simplemente de emisoras de radio sino de proyectos político culturales y comunicacionales” (Ernesto Lamas)

La radio es uno de los instrumentos de comunicación más importantes para el ser humano, así lo afirman Alfonso Gumucio en el Libro Haciendo Olas, “Sin duda es la herramienta comunicacional más extendida en el mundo y el medio ideal para provocar cambios sociales, la radio es un medio polifacético” (Gumucio, 2001, p.15) y al ser tan heterogéneo, con el tiempo han surgido diferentes modelos como: la radio pública, privada, comercial, comunitaria, alternativa, local, entre otras categorías que de una u otra forma dan nombre a la experiencia y al contexto en donde nacen, aun así cada una posee características concretas que la definen.

Para definir, qué es una radio comunitaria, es importante entender que su esencia y su fin, es el servicio a la comunidad, mientras que su objetivo es luchar por los derechos y la identidad de esta; Ana María Peppino, en su libro *“Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina”* afirma que:

Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente, cuando ayuda a resolver los mil y uno problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas de debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminación ni censuras, esa es una radio comunitaria. (Peppino, 1999, p.42)

La radio comunitaria ha surgido “para ser la voz de la comunidad, portavoz del interés público y como parlante local y regional” (Ministerio de Cultura, 2009, p.8) la cual busca, movilizar, incluir, atraer a la comunidad para fortalecer la identidad y por ende la diversidad que los rodea.

1.5.8.1. La Radio desde la Teoría

La radio es pensada como un canal de naturaleza masiva para la transmisión (difusión) de contenidos en los que se persiguen ciertos objetivos y que pueden o no conseguirse. Esta propuesta se corresponde con una concepción instrumental de la comunicación, de sesgo informacional o transmisor cuyas fuentes teóricas son bien conocidas por todos. (Mata, 2012)

Hay tres teorías que para María Cristina Mata, ejecutiva de ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica) en Quito, Ecuador, son principales en la construcción de lo que es una radio, basada en la teoría, ya que las distintas prácticas en donde se generan “nos obligan a reconocer que existen diferentes modos de pensar la radio. Diferentes miradas que obviamente no son casuales sino que se derivan o son resultado de diferentes concepciones acerca de la comunicación y de los medios masivos” (Mata, 2012).

Considerada como una de las fuentes más importantes para los estudios de la comunicación se encuentra, en primer lugar, la teoría propuesta por Shannon y Weaver, en su obra *Mathematical Theory of Communication*, la cual presentan un modelo básico de la comunicación como un proceso lineal y sencillo “Ve la Comunicación como la transmisión de mensajes y es un claro ejemplo de la escuela centrada en el proceso (...) La cual se dirige a utilizar de manera más eficiente los canales de comunicación” (Fiske, 1985).

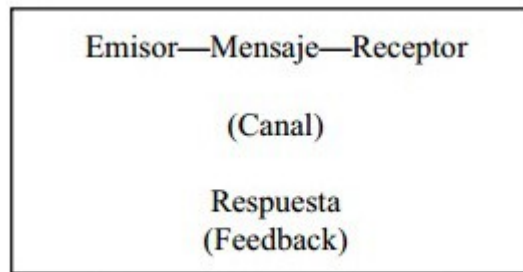


Figura 1. Modelo Canónico del Proceso Comunicacional Inspirado en el Propuesto por Shannon y Weaver

Fuente: Mata, M. (2012, 18 de enero) La Radio: Una Relación Comunicativa. *Diálogos de la Comunicación*. Recuperado de <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/74-revista-dialogosLa-Radio-una-relacion-comunicativa.pdf>

En segunda instancia, según Mata, se encuentran “las teorías estímulo-respuesta o E-R, modelos psicológicos y sociológicos de la acción de corte conductista” (Mata, 2012). Este modelo señala que nuestras acciones, nuestras conductas son el reflejo de las asociaciones que se hacemos con los estímulos.

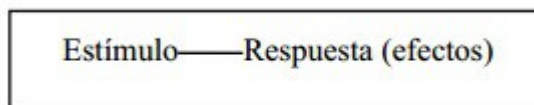


Figura 2. Modelo Estímulo- Respuesta

Fuente: Mata, M. (2012,18 de enero) La Radio: Una Relación Comunicativa. *Diálogos de la Comunicación*. Recuperado de <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/74-revista-dialogosLa-Radio-una-relacion-comunicativa.pdf>

Finalmente, Mata (2012) señala que los modelos lingüísticos y semióticos positivistas (Jakobson fundamentalmente) que postulan la capacidad comunicativa de la lengua y los códigos en general a partir de su condición de instrumentos permitan que las personas o sujetos codifiquen y decodifiquen los mensajes.

En consecuencia, la radio puede ser concebida como un “canal a través del cual unos estímulos (mensajes que buscan provocar un determinado efecto) impacten o no en la audiencia (logren la aceptación del público) es decir, que cumplan con su objetivo.

Por otra parte, los medios de comunicación comunitarios pasan de ser simples canales de información y se transforman en espacios, en los cuales, tanto emisores como receptores interactúan y se transforman en sujetos activos de una comunicación diversa, horizontal y no lineal, que permite la construcción de las identidades individuales y colectivas de una sociedad a través de múltiples interpretaciones.

1.5.8.2. Orígenes de la Radio Comunitaria

La creación de las radios comunitarias, y de más medios alternativos, se remontan al siglo XX en Colombia y Bolivia, en donde paralelamente, se llevaban a cabo procesos a favor de la democracia y la educación.

En una región donde ha reinado y reina el silencio de la televisión, y de otros medios, acerca de los temas y acontecimientos realmente importantes tanto para las mayorías como para muchas minorías, la radio alternativa se ha mantenido como uno de los pocos foros de las más auténtica expresión de amplios sectores sociales.(Peppino, 1999, p15)

En Colombia la radio comunitaria, nace a finales de la década de los setenta cuando llega el Padre José Joaquín Salcedo Guarín al municipio de Sutatenza en Boyacá. Salcedo invitó a la comunidad a dialogar sobre los problemas que le afectaban. Los feligreses, acostumbrados a sermones cargados de reproches, aprovecharon y se 'despacharon' hablando sobre sus necesidades, y la más urgente: educación.

Como buen radioaficionado, Salcedo sabía que en el mundo la radio era utilizada como un medio para llevar educación a los adultos de las zonas rurales. Mandó traer un transmisor artesanal de 90 Watts, fabricado por uno de sus hermanos; y comenzó el 28 de septiembre de 1947 a emitir las Escuelas Radiofónicas, donde se impartían lecciones para aprender a leer y escribir, matemáticas y catecismo. (El Tiempo, 2007)

Esto generó, lo que se conoce como, las Escuelas Radiofónicas, un proyecto macro nacional de alfabetización y educación popular que por medio de estrategias de edu-entretenimiento utilizó la radio como un canal de enseñanza en donde la gente pudiera aprender a leer, escribir, realizar operaciones matemáticas básicas, adquirir conocimientos de cultura general, mejoramiento de los cultivos entre otros temas de agricultura y también de evangelización entre otros temas.

Ese mismo año, en Bolivia, los trabajadores mineros instalan y financian emisoras para informar a la comunidad, gestionadas por ellos mismos.

En Bolivia, 1952 se inició una revolución nacionalista que realizó profundos cambios estructurales, incluyendo la nacionalización de las tres grandes empresas mineras productoras de estaño. Fue en esas circunstancias propicias que surgieron algunas emisoras sindicales mineras. Diez años más tarde llegarían a ser algo más de 20 y todavía aumentarían después a 30 (...) Que sus equipos fueran rústicos y de otro alcance y que su personal no tuviera experiencia en producción radiofónica eran cuestiones secundarias frente al objetivo que el medio bien venía a servir. (Villamayor, 2008)

Ambas Experiencias, se extendieron y fueron fuente de inspiración a nivel nacional e internacional. Las escuelas radiofónicas generaron la creación de numerosas emisoras, en su mayoría patrocinadas por la Iglesia Católica en varios países de América Latina. Como señala Villamayor (2008) En Centroamérica especialmente en Honduras, en El salvador, al norte de México y Guatemala; en el Caribe en

República Dominicana; en los andes algo de Venezuela y en Ecuador, Perú, Bolivia. Al sur, principalmente en Argentina, Chile y Brasil.

Sin embargo, aunque se multiplicaron las radios comunitarias, los constantes golpes militares vieron como amenaza este tipo de producciones en donde las personas denunciaban y hablaban libremente; decidieron acabar y dismantelar a la gran mayoría, algunas sobreviven de forma clandestina.

José Ignacio López Vigil, autor del libro Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados afirma que en 1972 con la creación de ALER se empezó hablar sobre las radios comunitarias “Pero la gran explosión llegó a principios de los años 80 al descubrirse en las FM *-hasta ese momento inutilizadas para la transmisión-* una posibilidad mucho más accesible económicamente que lograría...más independencia del capital económico para instalar emisoras” (Cotton, 2013).

1.5.8.3. La Radio Comunitaria como Herramienta de Participación

Manfred Max Neef planteó que la participación es una de las necesidades básicas que los seres humanos tienen; todos quieren ser escuchados, todos quieren opinar, todos quieren hablar, todos quieren expresarse, es decir todos quieren comunicarse.

En estos tiempos de globalización y homogenización crecientes, las radios y televisoras comunitarias y populares se convierten en espacios de participación ciudadana donde se expresan todas las voces y se defiende la diversidad de idiomas y culturas. El derecho a ser y pensar diferente, a tener gustos y aspiraciones distintas, se vuelve hoy un imperativo de la democracia. (Villamayor & Lamas, 1998, p.159)

La participación es un factor esencial en todos los procesos de comunicación, es un pilar que permite tener conocimiento holísticos sobre las personas o las diferentes instituciones. A través del micrófono, las expresiones y opiniones se difunden y permiten que esa voz independiente sea escuchada, es un vehículo que orienta la discusión sobre la realidad y el debate en aras de generar actitudes de respeto, escucha, solidaridad y tolerancia “Es un espacio para la construcción de una comunicación que contribuya al fortalecimiento de una verdadera sociedad democrática” (Lamas, 2003).

1.5.8.4. Radio Educativa

En un principio la radio era vista como una herramienta pedagógica y estuvo vinculada a proyectos educativos.

Los programas enfocados a la educación nacen a partir del índice de deserción o de no asistencia al sistema escolarizado formal, debido a que las instituciones escolares se encontraban a distancias inaccesibles en algunas poblaciones. La radio, como un medio económicamente accesible para tenerse en los hogares, fue el espacio alternativo para la educación. (Arteaga, 2004)

Sin embargo, hay una diferencia en los programas radiales educativos y en los instructivos. El primero más allá de educar busca enseñar, es decir en el proceso de formación el aprendizaje es mutuo y en su búsqueda de compartir el conocimiento también busca aprender ante la diversidad existente.

1.5.8.5. Asociación Radiofónica ALER

En 1972 surge la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) una red de emisoras, muchas de ellas cristianas que buscaban “mejorar la

planificación y evaluación de los programas educativos, capacitar al personal de las emisoras, encontrar apoyo económico internacional, entre otros objetivos” (ALER).

Tal como lo dice Ana María Peppino en su libro Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina, ALER nace como un gremio de Escuelas Radiofónicas la cual pensaba que la educación sería la solución al problema del desarrollo “Con el tiempo, el énfasis pasó de los programas de educación formal a los de educación no formal y posteriormente a la educación popular” (Peppino, 1999, p34) Pronto se transformó de una asociación de radios meramente católicas a una que acogía la participación de instituciones no necesariamente vinculadas a la Iglesia Católica.

ALER hace comunicación radiofónica educativa cuyo principal objetivo es ser una red social que integre a todas las partes del mundo en orden de generar procesos de comunicación y democratización por el desarrollo humano sostenible

1.5.8.6. Asociación Radiofónica AMARC

En 1983, en Montreal, Canadá, se crea la Asociación Mundial de radios Comunitarias (AMARC) una organización no gubernamental, internacional la cual está conformada por más de 115 países de todos los continentes.

Su objetivo “Es apoyar y contribuir al desarrollo de la radio comunitaria y participativa de acuerdo con los principios de solidaridad y la cooperación internacional” (AMARC).

La misión de AMARC se centra en promover la democratización de la comunicación en aras de garantizar a las comunidades, los pueblos, los grupos, los movimientos o las personas la oportunidad de ser escuchadas fortaleciendo procesos de construcción de la identidad y por ende “contribuir al desarrollo

equitativo y sostenible de nuestros pueblos: DEMOCRATIZAR LA PALABRA PARA DEMOCRATIZAR LA SOCIEDAD” (AMARC).

1.5.8.7. La Radio comunitaria en tiempos de adversidad

En la década de los setenta y sesenta muchos gobiernos de América Latina permitieron el surgimiento de las radios comunitarias, sin embargo los gobiernos se dieron de cuenta del impacto y el alcance que generaron estos medios en las comunidades por eso en los años noventa, como lo denomina Gumucio (2003) la ola de privatizaciones afectó la situación de los medios comunitarios y en algunos partes significó un retroceso.

En el programa *En el medio*, una serie de documentales destinada a los medios de comunicación del canal Encuentro relata, en el programa “las radios comunitarias” como en Abril del 2012 durante el golpe de estado en Venezuela fueron las radios comunitarias las que develaron el accionar militar y la constante desinformación de los medios privados nacionales ante los hechos.

En otras palabras, esto es solo uno de los hechos históricos que comprueban como las radios comunitarias en su búsqueda y necesidad de comunicar desde un formato alternativo ha generado nuevas formas de trabajo y procesos sociales, ha sido una trayectoria larga, un arte de equilibristas como los dice Alfonso Gumucio:

Durante varias décadas, las radios comunitarias de América Latina lucharon por su reconocimiento por parte del Estado. Luego de haber sido víctimas de dictaduras militares y otros gobiernos autoritarios, libraron una larga lucha para lograr una legislación que reconociera su existencia y destacara su importancia como medios de expresión comunitaria que desarrollan programas sociales y culturales a favor de la población. En algunos países se logró que el Estado estableciera en la legislación una diferenciación entre las radios privadas comerciales y las radios

comunitarias que no persiguen fines lucrativos, sino culturales y educativos. (Gumucio, 2003, p.5)

1.5.9. La Comunicación estratégica en la radio comunitaria

La comunicación estratégica es fundamental para el desarrollo de la sostenibilidad integral en las radios comunitarias, ya que reconoce las necesidades e involucra todos los recursos y actores que participan de esta, combinando la comunicación organizacional con la comunicación para el cambio social. Como asegura Sandra Massoni, la comunicación estratégica “Tiene una particularidad y es que este modelo se concentra en facilitar las transformaciones a partir de una mirada respetuosa de la diversidad” (Massoni, 2007). Al trabajar con un modelo de comunicación estratégica se reconoce la diversidad sociocultural y se articula para que todos los actores trabajen hacia un mismo objetivo.

Massoni considera que:

“La comunicación no es un objeto de eficiencia, sino el espacio de crisis de las tensiones presentes en una situación dada. Por eso cabe recordar para este desplazamiento que una estrategia de comunicación es la definición de un escenario para convocar a la acción de los actores relacionados con la solución del problema. Se trata de un conjunto de componentes dinámicos para tener más oportunidades de convocar a los otros a participar”. (Massoni, 2007)

1.5.9.1. La sostenibilidad en los medios comunitarios

La sostenibilidad es un resultado que se obtiene desde diferentes ámbitos sociales, culturales, políticos, económicos entre otros, y que a su vez se integran en aras de generar un proyecto que perdure y sea apropiado por la comunidad. Tal como lo dice Ernesto Lamas: “La sostenibilidad de una organización es la posibilidad de darle continuidad a un proyecto. Involucra la capacidad que tiene un

grupo humano de mantener en funcionamiento la radio y de hacerla crecer” (Lamas, 2003).

En su texto *“Arte de equilibristas”*: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios” Alfonso Gumucio (2003) propone que para analizar la sostenibilidad de los medios comunitarios es necesario tener en cuenta otras dimensiones que involucren no solo el factor económico, sino también otras componentes como lo social, lo institucional, lo profesional, “Que Una experiencia sea sostenible en términos económicos, o incluso haya logrado su autofinanciamiento, no garantiza que cumpla las funciones de servicio a su audiencia y de fortalecimiento de las voces comunitarias” (Gumucio, 2003, p.4). Por eso mientras las personas estén más involucradas e integradas y haya proceso de apropiación por arte de la comunidad, será más factible alcanzar la tan anhelada estabilidad e independencia.

Las siguientes dimensiones de la sostenibilidad hacen parte de la visión empresarial, organizacional que una radio puede tener en cuenta para la gestión de su proyecto comunicacional.

1.5.9.2. Sostenibilidad Social

Es necesario que la comunidad y los oyentes se empoderen de los procesos comunicativos “sin la participación de la comunidad y de la audiencia, la experiencia de comunicación se convierte en una lista en medio del universo humano en el que opera” (Ministerio de Cultura, 2009). Por eso la parilla de programación de un medio comunitario debe reflejar las necesidades que aquejan a los ciudadanos y debe diferir todas las opiniones que se generen, involucrando e integrando a todos los actores sociales para que se apropien y empoderen de los

proyectos comunitarios, en síntesis es necesario forjar un sentido dinamizador de pertenencia que garantice su permanencia en el tiempo y su consolidación.

Muchas experiencias de medios comunitarios han fracasado debido a su falta de Articulación con los actores sociales a los que debía representar. Tal como lo señala Gumucio (2003) en la medida en que las voces de la comunidad dejan de expresarse a través del medio comunitario, se produce un alejamiento ideológico entre el medio y sus actores y esto se ve reflejado en los contenidos que se desarrollan en la emisora.

1.5.9.3. Sostenibilidad Institucional

Otro factor importante a tener en cuenta, son las condiciones, o marcos que facilitan los procesos participativos de las radios comunitarias. Por una parte está el estado y el papel que juega como autoridad y agente regulador de los derechos y deberes de una sociedad, el cual debe garantizar que se cumplan a través de leyes y normas, en el caso de los medios comunitarios, reconocer la existencia de cada una como medio alternativo y apoyar sus desarrollo garantiza y genera un ambiente propicio para el funcionamiento de estas como entidades autónomas

Por ejemplo las licitaciones públicas, que entregan las frecuencias radioeléctricas, no deberían ser entregadas al mejor postor, pues claramente no todos juegan bajo las mismas condiciones, y menos cuando se enfrentan a empresas privadas o multinacionales que anteponen el lucro a el bien de una comunidad.

“El caso de Guatemala es particularmente dramático. Cerca de 70 radios locales, muchas de ellas operadas por comunidades de indígenas mayas, han sido declaradas ilegales. Recientemente, un spot publicitario de la asociación de

empresarios de radios comerciales, hacía un llamado al gobierno Guatemalteco para “*encarcelar a los directores de las radios piratas, capturar sus equipos de transmisión y recuperar las frecuencias*” (Gumucio, 2003, p.6)

La legalización, la reglamentación, las políticas estatales deben amparar a las radios comunitarias esto ayudan determina en gran parte la sostenibilidad de estos medios.

Por otro lado “La apropiación del proceso comunicacional no puede desvincularse de la estructura de propiedad de los medios comunitarios. ¿A quién pertenecen las frecuencias, las instalaciones y los equipos que se utilizan?” (Gumucio, 2003, p.17). Las personas que conforman una radio comunitaria reflejan la clase de medio comunitario que es, desde su conformación organizacional y la jerarquía que se maneja, el ambiente laboral entre otros factores hace parte del camino hacia la sostenibilidad. La Gestión interna de la misma organización social “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” (Ministerio de Cultura, 2009).

1.5.9.4. Sostenibilidad Económica

Los medios de comunicación alternativos siempre están en una constante búsqueda de recursos tanto monetarios que les permita financiar todos los costos que acarrea una emisora desde los equipos tecnológicos, hasta el pago de los servicios entre otras cosas que ayudan, en parte, a determinar la calidad del servicio radial.

Desde el punto de vista de la sostenibilidad económica, lo ideal sería lograr un equilibrio entre la generación de ingresos por concepto de publicidad y convenios, el apoyo de instituciones nacionales, organismos de cooperación internacional y grupos de solidaridad externos a la comunidad, y las contribuciones de la propia

comunidad y de los trabajadores del medio de comunicación. (Gumucio, 2003, p.17)

1.5.9.5. Sostenibilidad Profesional

Esta dimensión alternativa, tiene en cuenta que “las colaboradoras y los colaboradores de las emisoras, tienen proyectos de vida que deben crecer en una dirección que realice aportes al desarrollo de la emisora” (Ministerio de Cultura, 2009) es decir muchas personas interesadas en este medio deciden realizar carreras profesionales y técnicas, en el cual adquieren un conocimiento especializado, que de una u otra manera benefician a la emisora con el enriquecimiento de estos nuevos saberes e ideas que pueden traer. Además de la formación integral y permanente del talento humano con el que se contaría.

1.5.9.6. Sostenibilidad Ambiental

Temas como el “Medio Ambiente” han tomado gran relevancia en la agenda política de los países y sobre todo en el de las personas, por eso, desde hace mucho tiempo, las discusiones giran en torno a la sostenibilidad desde un enfoque ecológico que busca el bienestar ambiental que se preocupa más por el futuro del planeta y por ende de la humanidad.

Esta responsabilidad está a cargo no solo de organizaciones o fundaciones que trabajan para defender el medio ambiente, también lo es de la sociedad, de los individuos, es un requerimiento obligatorio para preservar la existencia. El desarrollo sostenible desde un enfoque ambiental, según UICN, WWF Y PNUD busca "mejorar la calidad de vida humana sin rebasar la capacidad de carga de los ecosistemas que la sustentan" (FAO, 1995).

Los medios comunitarios juegan un papel fundamental para la propagación de acciones sociales que impulsen la responsabilidad ambiental.

“La construcción de espacios sociales sanos requiere la consolidación de una práctica ambiental consecuente con el respeto a la naturaleza y a su conservación. La Radiodifusión Sonora Comunitaria debe contribuir al conocimiento y la generación de conciencia sobre equilibrios frágiles y sobre el peligro de procesos irreversibles de deterioro ambiental, así como de la gestión de riesgos”. (Conpes, 2008)

En síntesis “los medios alternativos, independientes y ciudadanos han tratado de resolver el rompecabezas de la sostenibilidad” (Gumucio, 2003, p.1) no hay ni una fórmula, ni una receta exacta para el fortalecimiento sostenible de las emisoras comunitarias desde un interés organizacional que les permita realizar proyectos y procesos sociales que perduren. Muchos programas comienzan, no tienen eco, la gente no los escucha etc. Y la misma comunidad pasa desapercibida por los contenidos que se están realizando.

Los medios comunitarios, son organizaciones sociales cuyo interés es el de servir a la comunidad por medio de espacios radiales; permite socializar e informar desde un enfoque participativo para que ese medio de comunicación atienda las necesidades e intereses de la colectividad. Sin embargo, muchos se preguntan ¿Cómo se puede garantizar la estabilidad y permanencia? ¿Cómo conseguir recursos? ¿Cómo integrar a la comunidad y conseguir un respaldo tanto social como económico?

Como lo expone Alfonso Gumucio en su libro “*Haciendo Olas*”: La Comunicación participativa para el cambio social, muchas de las experiencias de medios comunitarios sostenibles, no habrían sobrevivido si no hubiera sido por el apoyo externo que recibieron de diferentes fuentes como las ONGS, la iglesia católica, que ha cumplido un papel muy importante en este proceso, y otras instituciones que de una u otra forma hicieron parte de la subsistencia de este medio. “Son

pocas las experiencias que han sobrevivido sin apoyo externo. Casi todas tienen el respaldo económico de instituciones de la sociedad civil, de iglesias progresistas o de la cooperación internacional” (Gumucio, 2003, p.1).

Pero como fue mencionado anteriormente la dimensión económica, no es la única ni la más importante para que una Organización social pueda ser sostenible. Es necesario fortalecer un enfoque de cultura organizacional adaptado a los medios comunitarios.

Como afirma el Ministerio de Cultura, estas organizaciones sociales no son ajenas a la suerte de las demás organizaciones comunitarias, pues tienen un sentido y un compromiso que marca su cotidianidad, no se definen como empresas de rendimiento de rendimiento económico, ni como institución pública. (Ministerio de Cultura, 2009). Sin embargo, para sostenerse necesitan de recursos y de legitimidad social

Gestionar la sostenibilidad de una emisora comunitaria requiere que lo social, lo institucional, lo económico y lo profesional hagan parte de la cultura organizacional.

La participación y el compromiso de los actores sociales en aras de mejorar la gestión interna y externa, son uno de los mayores recursos ineludibles que debe tener un medio alternativo y comunitario para aportar al desarrollo de una región creando diálogo, opinión, debate y denuncia, fortaleciendo el tejido social y la democracia.

Una emisora de radio es un proyecto a largo plazo. Si bien puede realizar actividades concretas con objetivos más acotados cuyas consecuencias pueden verse al poco tiempo, el proyecto general de las radios comunitarias, es un proyecto construido pensando en el futuro. (Lamas, 2003)

1.6. *METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN*

1.6.1. Proceso de la Metodología de Investigación

Se trató de una investigación aplicada, con enfoque crítico hermenéutico- de carácter cualitativo, que se inscribe en los métodos de investigación participativa, y de construcción colectiva de conocimiento.

De acuerdo, a las metodologías usuales de investigación, y con el fin de garantizar la calidad del proceso, se siguieron 10 fases cronológicas:

- a)** Identificación del tema y problema del trabajo.
- b)** Planteamiento de objetivos Generales y Específicos.
- c)** Enfoque, método y técnicas.
- d)** Construcción del estado del arte a partir de los temas a desarrollar.
- e)** Planteamiento del marco teórico, conceptual y metodológico.
- f)** Trabajo de campo.

- g) Análisis de la información.
- h) Socialización de los resultados de la investigación ante la comunidad.
- i) Conclusiones y resultados.
- j) Elaboración informe de resultados.

El proyecto se realizó dentro del campo de la comunicación para el desarrollo y el cambio social, que busca adelantar estudios de la comunicación pertinentes y útiles para las comunidades; se busca generar participación y generar cambio social.

Se retomaron, métodos y técnicas de la llamada “Investigación IAP” (Investigación, Acción, Participativa), planteada por Orlando Fals Borda, quien resalta las posibilidades de construcción participativa de conocimiento, y la utilidad de las investigaciones para las mismas comunidades involucradas. Por esto, cada una de las palabras que desglosan la IAP, se interrelacionan y se complementan.

La IAP surge en los años 70 con base en la orientación sociológica de la teoría de la dependencia y uno de sus aspectos principales es dar valor a lo que se merece, por esto dicho valor hace referencia a cualquier tipo de comunidades y de poblaciones, incluyendo a las que no tienen educación (Rojas). La IAP se puede definir de varias formas:

- **Es investigación:** Ya que orienta un proceso de estudio de la realidad.
- **Es acción:** (Asistencialista – Solidaria- transformadora) pues esta se entiende como una acción que conduce al cambio estructural, dicha acción es llamada PRAXIS; lo que significa que es un proceso entre la teoría y la práctica, es el resultado de una reflexión y de una investigación continua sobre la realidad abordada, no solo para conocerla sino para transformarla.

En la medida en la que haya mayor reflexión sobre la realidad hay mayor calidad y eficacia transformadora, pues el requerimiento de cualquier investigación que quiera ser práctica y transformadora es la acción, y su validez se mira a través de la acción.

- **Es participativa:** La investigación no sólo es realizada por los expertos sino que incluye la participación de la comunidad vinculada con las realidades estudiadas. La investigación y la ciencia deben estar al servicio de la comunidad y la colectividad, pues esta busca ayudar a resolver los problemas y necesidades.

La meta de la investigación participativa es que la comunidad vaya siendo auto – gestora del proceso, apropiándose de él y teniendo el control del mismo, teniendo en cuenta tres factores fundamentales: (saber hacer), lógico (entender) y crítico (juzgar de él).

Aunque el énfasis se puso en los métodos y técnicas de carácter cualitativo se aprovecharon algunos instrumentos cuantitativos que permiten complementar y contrastar información relevante para la comprensión del problema.

A continuación se mostrará la tabla de los Instrumentos, métodos y fuentes que se utilizaron en el desarrollo de la metodología de la investigación.

Tabla 1:

Instrumentos Métodos y Fuentes utilizados en el Desarrollo de la Metodología de Investigación.

Instrumentos	Método	Fuente
Guías de aplicación y relatoría de resultados	Grupo Focal	Niños y niñas

Guía de preguntas	Entrevistas	Instituciones
Encuestas	Muestreo cuantitativo	Niños y niñas
Mapas y relatorías	Cartografía social	Niños y niñas
Guía de preguntas y relatorías	Entrevista	Emisora
Guía de preguntas y relatorías	Entrevista	Alcaldía

Nota. La Hora del Parche

1.6.2. Estudio de Percepción Municipio de Tabio Cundinamarca

Con el fin de conocer lo qué opinan los niños, niñas y jóvenes del Municipio, acerca de los espacios infantiles en la Radio Comunitaria, se aplicaron encuestas en las instituciones educativas: Instituto Educativo Diego Gómez de Mena, Gimnasio Moderno Santa Bárbara Minuto de Dios, Colegio José de San Martín, Sede de Palo Verde y Sede Lourdes; Gimnasio Campestre de Tabio: First Step; Colegio Diego Gómez de Mena y el Colegio Departamental José de San Martín sede Salitre. **(Ver anexo 1)**

Los niños y las niñas fueron escogidos de forma aleatoria por los docentes de cada curso, teniendo en cuenta que se crearon dos rangos de edades, conformados de la siguiente forma.

- 1. Niños y niñas de 8 a 11 años de edad. (Ver anexo 2)**
- 2. Niños, niñas de 12 a 15 años de edad. (Ver anexo 3)**

Para realizar los diagnósticos de percepción adecuadamente se utilizaron los siguientes métodos.

a) Observación participante: En primer lugar, observamos cuál es la dinámica del grupo, cuánta gente suele comentar y qué tipo de aportes realizan al grupo investigativo de la Emisora Comunitaria Radio Juaica Stereo. En segundo lugar, se implementó nuestra participación para tener un mayor contraste y un mejor análisis.

b) Fase de familiarización con el contexto del grupo: Después de haber identificado la dinámica del grupo, creamos tres mecánicas de debate dentro del mismo, esto, con el objetivo de que el proceso de familiarización fuera más sencillo y mucho más rápido de aplicar. Lo anterior nos permitió formular preguntas a todos los participantes, conocer sus diferentes puntos de vista y necesidades, lo que nos llevó a alimentar nuestro diagnóstico de percepción.

c) Entrevista semi-estructurada: Después de haber creado las dinámicas de juego, se establecieron grupos de niñas y de niños, esto con el fin de poder obtener primero opiniones por género y luego por grupo poblacional, los facilitadores se encargaron de establecer la relación de confianza y se empezó a hacer la entrevista semi-estructurada a cada uno de los grupos; luego se realizó una sesión intersubjetiva en donde los grupos nos ayudaron a llegar entre el grupo focal y los facilitadores a la conclusión.

1.6.3. NOPS (Necesidades, Oportunidades, Problemas y Soluciones)

En el desarrollo del proceso de investigación, se utilizaron los NOPS, como instrumento de análisis en el Municipio. Los NOPS son una metodología utilizada en las comunidades, para poder saber de una manera más acertada cuáles son sus Necesidades, Oportunidades, Problemas y Soluciones.

Las Necesidades, hacen referencia a la falta de herramientas físicas o psicológicas que las comunidades identifican importantes en su proceso de desarrollo; las Oportunidades son todas las acciones que la comunidad puede encontrar en las diferentes situaciones que se presenta ante sus comunidades, y que al explotarse

adecuadamente, se convierten en insumos importante que contribuyen en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas; los Problemas son todas aquellas situaciones inesperadas que logran entorpecer el desarrollo de la comunidad finalmente las Soluciones son las diferentes formas que reconoce la comunidad, de la forma que se pueden enfrentar ante todo lo desconocido.

1.7. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación realizada evidenció resultados cómo:

1.7.1. Del análisis poblacional

El Municipio de Tabio cuenta con 8 veredas, las cuales, como se presenta en la siguiente tabla, están divididas por sectores:

Tabla 2:

Distribución territorial de Tabio Cundinamarca

VEREDA	SECTOR
Río frío occidental	Sector el Alcaparro
	Sector el Retiro
	Sector el Ocal
	Sector Llano Grande
Río frío oriental	Sector Simón Bolívar
	Sector san Isidro
El salitre	Sector Peña negra
	Sector Salitre bajo
Juica	Sector Carrón
	Sector Santuario
Palo verde	Sector Chicú
	Sector la Rinconada

Lourdes	Sector la Esperanza
	Sector Lourdes

Nota. Fuente: *Plan de desarrollo de Tabio*. (2011). Recuperado de <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pd%20-%20plan%20de%20desarrollo%20-%20tabio%20-%20cundinamarca%20-%202008%20-%202011.pdf>

Tabio tiene una extensión de 74.5 KM. El número de habitantes oscila entre 23.249 (Hab/Km²), de los cuales 10.914 están en la cabecera municipal y 12.335 en zonas rurales. La mayoría de habitantes, pertenecientes al Municipio de Tabio Cundinamarca, se encuentran concentrados en las veredas de Río Frío oriental y Río Frío occidental, los cuales cuentan con 2/3 partes del área del municipio en comparación con el casco urbano que cuenta con el 0.5% de participación.

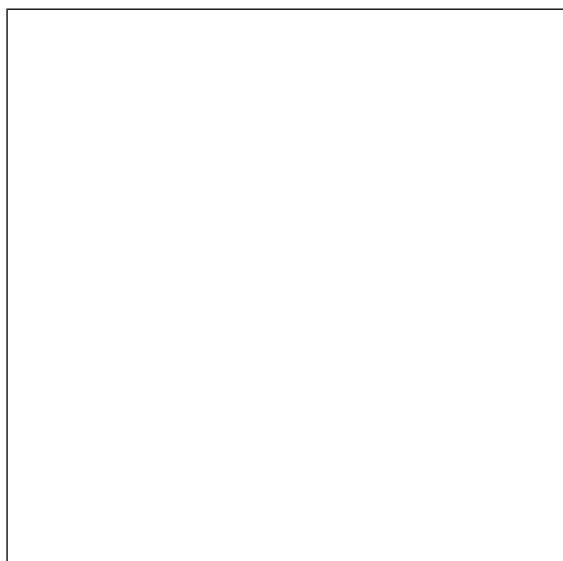


Figura 3. Pirámide poblacional según el DANE

Fuente: *Plan de desarrollo de Tabio*. (2011). Recuperado de <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pd%20-%20plan%20de%20desarrollo%20-%20tabio%20-%20cundinamarca%20-%202008%20-%202011.pdf>

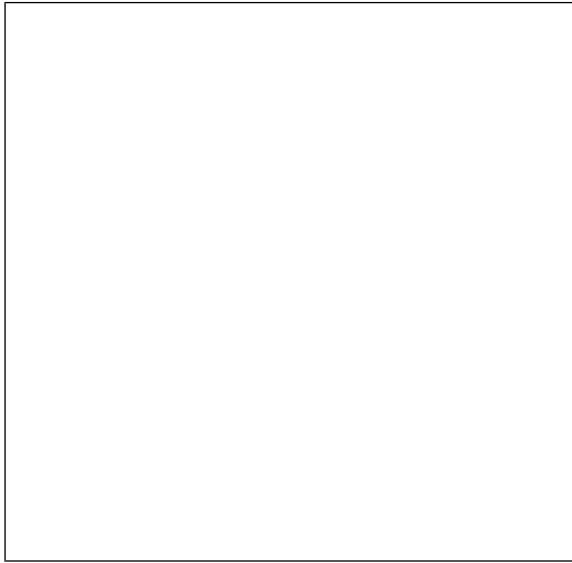


Figura 4. Pirámide poblacional según el SISBEN 2011

Fuente: *Plan de desarrollo de Tabio*. (2011). Recuperado de <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pd%20-%20plan%20de%20desarrollo%20-%20tabio%20-%20cundinamarca%20-%202008%20-%202011.pdf>

Con base en el informe poblacional del DANE y el SISBEN, de 2011, se estableció que la población del municipio de Tabio, era de de 23.621 de los cuales el 48% pertenecen a la zona urbana y el 52 % pertenecen a la zona rural. Además, como se puede observar en el gráfico en el 2011 aumentó el número de habitantes de 10 a 14 años y de 20 a 24 años.

Salud

El 70.78% de la población estaba afiliada al Régimen de Seguridad Social en Salud y de acuerdo con los datos del SISBEN, de mayo de 2006 en el cual se realizó la última sisbenización, el 29.2% de la población no cuenta con afiliación.

Educación

Teniendo en cuenta el Plan de Desarrollo de la comunidad y del país, En el municipio de Tabio hay una cobertura de 4.563 estudiantes de los cuales 3.431 se encuentran en Instituciones de carácter público y 1.132 en Instituciones de

carácter privado, los cuales están distribuidos en 12 colegios, 9 en el área rural y 2 en el área urbana.

El porcentaje de deserción escolar total es de 2.76%, de este el 87.47% se da en los colegios básicos rurales, siendo el colegio básico rural de Lourdes el que presenta mayores índices de deserción escolar con un 29% de los colegios de básica primaria. (Plan de desarrollo de Tabio, 2011)

Esto muestra, que gran parte de la población infantil no asiste al colegio, ya sea porque debe atender alguna situación en su casa o debe contribuir en el trabajo diario de sus padres, para el sustento de sus familiares.

Así mismo, otro de los problemas que se presenta con mayor frecuencia en el área educativa, es que la mayoría de estudiantes no accede a estudios superiores o técnicos debido a la dificultad económica que esto acarrea. Se han gestionado ante diferentes entidades como el SENA el acceso a oportunidades de estudio ya que paralelamente ofrece oportunidades laborales, lo que para muchos es de gran ayuda ya que les permite continuar con su proceso académico.

Tabla 3:

Número de establecimientos educativos y del municipio de Tabio

NIVEL EDUCATIVO	DOCENTES		ESTABLECIMIENTOS		ALUMNOS	
	OFICIAL	PRIVADO	OFICIAL	PRIVADO	OFICIAL	PRIVADO
PREESCOLAR	8	21	11	4	216	262
BÁSICA PRIMARIA	50	33		2	1353	448
BÁSICA SECUNDARIA	59	43	4	3	1334	306
MEDIA			4	1	528	116
TOTAL	117	97	15	10	3431	1132

Nota. Fuente: *Plan de desarrollo de Tabio*. (2011). Recuperado de <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pd%20-%20plan%20de%20desarrollo%20-%20tabio%20-%20cundinamarca%20-%202008%20-%202011.pdf>

Economía

En el municipio de Tabio, la economía depende, en su mayoría, de la floricultura, el comercio y la producción agrícola; siendo esta la actividad que más empleo genera en los cuales, predomina el minifundio con las características de huerta casera, con cultivos de tubérculos, frutas flores y hortalizas. Los terrenos de mayor extensión se dedican al cultivo de cereales (maíz y arveja) y zanahoria son abundantes, pero no superan en cantidad al minifundio. Por otra parte la floricultura “quien además de comercializar a nivel nacional tiene un amplio mercado de exportación a EE.UU” (Plan de desarrollo de Tabio, 2011).

En el municipio de Tabio se realizan trabajos de explotación minera esta “tiene un aporte bajo en el desarrollo económico del municipio y los principales productos que explotan” (Plan de desarrollo de Tabio, 2011); no obstante, esta actividad es una de las que más afecta los recursos naturales y genera graves impactos en el medio ambiente.

1.7.2. De la Parrilla de Programación de Juaica Stereo

Tabla 4

Parrilla de Programación de la Emisora Radio Juaica Stereo

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
05:00 a.m.	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA	¿DE QUIEN TE ACUERDAS?	DE RUANA
06:00 a.m.	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA		
07:00 a.m.	ESTAMOS CONTIGO TABIO	ESTAMOS CONTIGO TABIO	ESTAMOS CONTIGO TABIO	ESTAMOS CONTIGO TABIO	ESTAMOS CONTIGO TABIO	RAICES FOLKLORICAS	POR LOS CAMINOS DE MI PUEBLO
08:00 a.m.						EL REPARADOR DE SUEÑOS	
09:00 a.m.	CAMINANTES DEL CAMINO	RADIOMANIA 2.0	LAS MUJERES HABLAN ELLOS TAMBIEN	RADIOMANIA 2.0	CITA CON LA VIDA	LA MAZA	
10:00 a.m.	RADIO ESCOLAR	RADIO ESCOLAR	RADIO ESCOLAR	RADIO ESCOLAR	RADIO ESCOLAR	REGUETONEANDO	EL CANTINAZO
11:00 a.m.	EL RECESO	EL RECESO	EL RECESO	EL RECESO	EL RECESO		
12:00 p.m.	JUAICA AL DIAL	JUAICA AL DIAL	JUAICA AL DIAL	JUAICA AL DIAL	JUAICA AL DIAL	EL CONTEO	MIS VIEJAS CANCIONES
01:00 p.m.	JUAICA AL DIAL	JUAICA AL DIAL	JUAICA AL DIAL	JUAICA AL DIAL	JUAICA AL DIAL		
02:00 p.m.	LA OLA DE LA FARAONA	ENERGIAS OSCURAS	¿DE QUIEN TE ACUERDAS?	ONDAS FK	LA OLA DE LA FARAONA	ONDAS FK	VOCES Y ORQUESTAS
03:00 p.m.	TARDES DE RUMBA	TARDES DE RUMBA	TARDES DE RUMBA	TARDES DE RUMBA	TARDES DE RUMBA	HIPERACTIVOS EN LA ONDA	VOCES VALLENATAS
04:00 p.m.							SALSABOR
05:00 p.m.							SALSABOR
06:00 p.m.	SAN MARTINIANOS AL AIRE	LATINOAMERICA EN SONIDOS		LAS MUJERES HABLAN ELLOS TAMBIEN	SOUND HERO	SOUND HERO	
06:30 p.m.	ENCUENTRO COMUNITARIO	RAICES FOLKLORICAS	EL CANTINAZO	LA MAZA			
07:00 p.m.					VOCES Y ORQUESTAS	MEZCLAS D.J. RESIDENTE	
08:00 p.m.							

Nota Fuente: Radio Juaica Stereo

La parrilla de programación de Radio Juaica Stereo, refleja en sus contenidos, no solo la diversidad cultural, sino la idiosincrasia propia del municipio de Tabio. A través de 28 programas, que están dirigidos a diferentes grupos poblacionales, se generan espacios de opinión, debate, información, educación y entretenimiento, que buscan promover e incentivar la participación de la audiencia mediante, la construcción de una parrilla incluyente.

- **“Encuentro Comunitario”**, es un espacio que tiene La Alcaldía municipal, para tratar diferentes problemáticas o necesidades que aquejan a la comunidad, en donde, se realizan mesas de debate con los líderes de la comunidad y representantes del Gobierno Local.
- **“Alborada Campesina”**, es un programa enfocado en los temas agrarios, políticos y sociales que diariamente, y gracias a la participación de las personas que viven en las veredas aledañas, logra informar continuamente, sobre el trabajo del campo entre otros asuntos de interés.
- Radio Juaica, se destaca, por crear permanentemente producciones responsables y de calidad, las cuales, contribuyen a la sostenibilidad social y económica de la emisora. Gracias a esto, la radio comunitaria del municipio, es un medio que genera un impacto positivo en la comunidad, contribuyendo con el desarrollo y el cambio social de su población.
- La parrilla de programación abarca gran parte de la población, es necesario recalcar que no cuenta con un programa radial infantil, en el cual los niños, las niñas y los jóvenes tengan un espacio de participación, que les permita interactuar y debatir sobre las necesidades y realidades de su entorno.
- En la jornada de la tarde, se evidencia una gran participación de los jóvenes en los programas musicales y de entretenimiento, sin embargo, estos programas se limitan únicamente al entretenimiento de jóvenes, pasando por alto contenidos propios para los más pequeños, e incluso programas de contenido educativo o social para la población infantil.

Finalmente, la parrilla de programación de Radio Juaica, es un espacio comunitario incluyente, dinámico y participativo que le permite a la comunidad empoderarse de los diferentes aspectos que relacionan al municipio con su población.

1.7.3. Necesidades Comunicativas Locales

A partir de la metodología de los NOPS y del diagnóstico de población que se realizó en el municipio de Tabio, se identificaron 5 NOPS, los cuales arrojaron los siguientes resultados:

Tabla 5:

Necesidades, Oportunidades, Problemas y Soluciones del Municipio

Que se generen procesos comunicacionales dedicados y enfocados a los .niños, partiendo de sus propias necesidades, más no de la de los adultos	N
Hay medios comunicacionales para que los niños expresen sus ideas y .opiniones	O
.Los niños no acceden a ellos porque sienten que son para los adultos	P
Convocar a los niños y niñas a que participen en los programas de la .emisora enfocados en temas infantiles	S

.Se deben crear espacios de debate, opinión y lúdica para los niños y niñas	N
---	----------

.Los niños podrán aprender sobre la radio y participar en la emisora	O
No hay actividades lúdicas y educativas fuera del espacio del colegio que involucren a los niños y niñas de la población	P
.Generar espacios de participación para la población infantil del Municipio	S

.Que los niños y niñas tengan un espacio propio en la radio comunitaria	N
.La emisora cuenta con el espacio en la parrilla para un programa infantil	O
.La comunidad está muy apática a los temas de la emisora	P
Generar un espacio propio (franja infantil educativa) para los niños y niñas del municipio, utilizando la estrategia del Edu – entretenimiento	S

Que los niños pertenecientes a las veredas aledañas al municipio participen de la radio	N
La emisora comunitaria tiene el espacio para generar una participación activa	O
.A los niños se les dificulta el desplazamiento hasta el pueblo	P
Generar la iniciativa de “multiplicadores de cambio social”, en los jóvenes que quieran hacer parte de la emisora, para que se trasladen hasta las veredas y puedan capacitar y enseñar a los demás niños a trabajar como reporteros de su propia comunidad, para emitir sus historias en el espacio de la emisora	S

.Los niños quieren ser escuchados y tomados en cuenta por los adultos	N
.La emisora cuenta con el espacio para incentivar el liderazgo en los niños	O
Algunos niños les dan miedo hablar sobre temas que los afectan, tales como sexualidad, escolaridad, amistad, noviazgo, desarrollo, entre otros	P

Generar espacios de debate en los que interactúen los adultos con los .niños, siendo ellos los voceros y líderes del tema a tratar	S
--	----------

Nota Fuente: La Hora del Parche

1.7.4. Resultados de los Análisis de Percepción

Con los diferentes métodos de investigación empleados se pudieron evidenciar diferentes aspectos dentro de los integrantes del grupo, como por ejemplo, se logró delimitar las temáticas que se podrían trabajar en el espacio radial para la población infantil, dichas temáticas podrían ser: Adolescentes, sexualidad, bullying, medio ambiente, moda, deportes, Derechos de los niños, Invitados especiales, relaciones personales, deportes extremos, entrevistas, entre otros, así mismo, se aumentó la participación de los posibles integrantes en los procesos de capacitaciones y se puede realizar una investigación más profunda a cerca de los diferentes temas y programas que se iban a tratar.

1.7.5. Resultados del estudio de percepción – Grupos focales entrevistas Semi - estructuradas

Teniendo en cuenta las necesidades locales de comunicación que se pudieron evidenciar anteriormente, además, de los espacios de opinión y debate que se tuvieron con los grupos focales, se logró identificar que:

- a)** En su mayoría, es decir, cerca del 70% de los niños encuestados afirmaron que no les gustaba la emisora del Municipio ya que la música que ponen no es de su preferencia y es aburrida.
- b)** Más del 90% de los niños, niñas y jóvenes, estuvieron de acuerdo en que es de gran importancia que existan espacios donde los niños y las niñas puedan tener un lugar en donde se puedan expresar y al mismo tiempo divertirse.

- c)** Gran parte de los niños, niñas y jóvenes encuestados dicen no conocer un programa radial o televisivo que sea educativo, para algunos, programas como: Cuentos de los Hermanos Grimm o Club 10 Caracol si los entretiene y les enseña.
- d)** La mayoría de niños, niñas y jóvenes no ha participado en un programa radial aunque algunos han tenido experiencias en estos medios, sin embargo independientemente de conocer una emisora y conocer su función, todos los niños indicaron que les gustaría participar en una franja Infantil a pesar de la pena y los nervios que un principio tendrían.
- e)** El 70% de los niños, niñas y jóvenes, si tuviera la oportunidad de participar de talleres radiales estarían dispuestos a asistir.
- f)** Un 60% de los niños, niñas y jóvenes afirmaron que su derecho a tener un espacio propio de participación en la radio, se ve vulnerado ya que no tienen ese lugar en el cual puedan interactuar con los medios.
- g)** Falta mucha vinculación del público infantil en la radio comunitaria y en los demás medios existentes en el municipio.
- h)** En cuanto a programas lúdicos vistos o escuchados en la televisión o la radio, alrededor del 90% de los jóvenes indicaron no haber visto algún programa que sea entretenido y educativo a la vez.
- i)** Referente al tema de la participación y la generación de contenidos propios, se evidenció que los jóvenes, fueron quienes mostraron un gran interés de interacción, frente a los más pequeños.
- j)** Referente al tema de los programas educativos tanto en radio como en televisión, todos los niños, niñas y jóvenes argumentaron no haber visto ni conocer ningún programa educativo en los medios de comunicación.

- k) Cerca de un 20% entre niños, niñas y jóvenes mostraron un desinterés frente al tema de la participación en un espacio radial infantil, en la emisora de Tabio.

En cuanto los temas:

- a) Los temas ambientales como la contaminación y la minería, hacen parte de los contenidos que les gustaría a los niños y niñas y jóvenes que se tuvieran en cuenta, en los programas radiales.
- b) Se pudo evidenciar que las temáticas de música, educación y consejos en temas de adolescencia y sexualidad, cumplen un papel preponderante en la agenda de la población entrevistada.
- c) Un 30% de los niños, niñas y jóvenes muestra un gran interés por abordar temas referentes a las redes sociales y tecnología.
- d) Temas como el deporte, debates de bullying, y problemáticas de la vida cotidiana hacen parte de los temas que a los niños, niñas y jóvenes les gustaría escuchar, siempre y cuando sean enfocados desde los puntos de vista de cada uno de ellos.

Tabla 6:

Muestra del estudio de percepción de los grupos focales y las entrevistas semi-estructuradas. (Ver anexo 4)

Cita	Variable	Valoración
------	----------	------------

<i>“Sí, me parece muy importante ya que esto motiva a los jóvenes y niños a escucharla y además, aprenden y socializan con su región.” Gabriela Muñoz – 12 años</i>	Participación / Sentido de pertenencia	+
<i>“Sí para que no solo los adultos participen, sino los niños también –Oscar González- 12 años</i>	Participación	-
<i>“Sí, porque nosotros debemos tener nuestro espacio”. Carlos Sánchez-15</i>	Derechos de los niños	+
<i>No, los programas de ahora no se interesan por la educación de los niños y de los jóvenes”. Diego Silva-14 años</i>	Educación	-
<i>-“Sí, porque sería muy interesante participar y hacer algo que haya <aprendido”. Alexander Santana-16 años</i>	Participación / Educación	+

Nota. Fuente: La Hora del Parche

Finalmente, en el debate que se realizó con todos los niños, niñas y jóvenes, quienes expusieron sus ideas acerca de lo que les gustaría y lo que no, que tuviera una franja infantil hecha por ellos mismos, se evidenció que a pesar de que las edades variaban entre los 10 y los 17 años de edad, las opiniones tanto de las niñas como de los niños se encontraban muy unificadas.

Cada uno de los participantes tuvo la oportunidad de exponer los argumentos necesarios para debatir las ideas encontradas que tuvieron, identificando así varios temas relevantes sobre vivencias personales como: la sexualidad o el bullying, y del municipio como: la minería o el medio ambiente, lo que contribuyó a que las conclusiones se dieran de una forma unánime y que cada uno no solo argumentara los comentarios de sus compañeros sino que aportarían diferentes ideas para la ejecución del proyecto.

1.1.1. Resultados estudio de percepción – encuestas

En primer lugar, en cuanto al tema del tiempo libre, cerca del 50% de niños, niñas y jóvenes prefieren escuchar música, sin embargo, esta tendencia se ve más marcada en los niños y niñas entre los doce y los quince años de edad, pues entre el grupo de los más pequeños, el tiempo libre lo reparten entre navegar en internet, salir con sus amigos y ayudar a sus padres en las casas, muy pocos, es decir un 10% de los niños y niñas, prefieren escuchar música.

Se evidenció además, que solo el 3% de los niños y niñas, de los cuales dos son hombres entre 8 y once años y una es mujer, trabajan, esto evidencia que en estos grupos poblacionales, el trabajo infantil, no se presenta como una opción que manejen sus padres o acudientes para el tiempo libre de los menores.

Por otra parte, en cuanto al tema de la participación que tienen los menores referentes a los medios de comunicación como radio, televisión e internet, se evidencia que cerca del 50% de la población analizada tiene acceso al servicio de radio y televisión, de esta forma, se evidencia que el otro 50% de los niños y niñas que fueron encuestados, no tienen servicio a internet. Esto muestra, que para la población encuestada el acceso al servicio de televisión es el medio preferido, más que el internet e incluso que el acceso a la Radio.

En cuanto a la pregunta ¿Cuál es la emisora que más escucha?, el 80% de los niños y niñas prefieren escuchar emisoras comerciales, que a la emisora comunitaria de su Municipio. Esto es una muestra de que la radio comercial genera más influencia y atracción en el público infantil. Sin embargo, esta tendencia se ve más reflejada en los niños y niñas entre 12 y 15 años, ya que los más pequeños prefieren hacer otras actividades en sus tiempos libres, como ver televisión, jugar y salir con sus amigos.



Figura 5. Encuesta de Percepción: ¿Conoces la emisora del Municipio?

Fuente: La Hora del Parche

Por la misma línea, la mayoría de niños y niñas encuestados conocen la emisora comunitaria del Municipio (Radio Juaica Stereo), es decir, cerca del 80%. Sin embargo, más de la tercera parte de este porcentaje la conocen pero no la escuchan y un pequeño porcentaje, es decir cerca del 30% de la población no la conoce pero estaría interesado en conocerla.

Por otra parte, en cuanto a la creación de un espacio infantil en la radio comunitaria de su municipio, la mayoría del público entrevistado está de acuerdo en que se cree una Franja Infantil para niños, niñas y jóvenes en la Emisora Radio Juaica y solo 9 niños y niñas entre los 12 y los 15 años de edad, es decir el 7% de 127 que fueron encuestados dijeron que no estarían interesados.

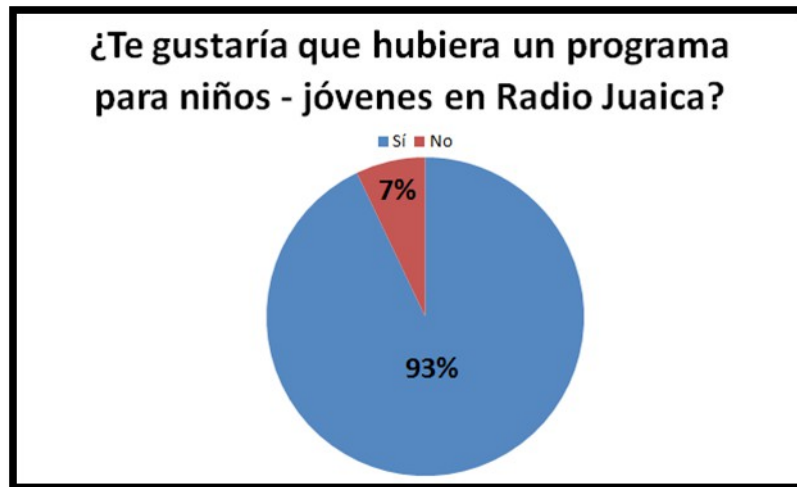


Figura 6. Encuesta de Percepción: ¿Te gustaría que hubiera un programa para niños, niñas y jóvenes en Radio Juaica?

Fuente: La Hora del Parche

En cuanto a los programas más escuchados por el público infantil, tanto en los grupos de los más pequeños como de los más grandes, encontramos que están los programas relacionados con: música, chistes, historias paranormales, entretenimiento y entrevistas.

Finalmente, analizando la percepción que tienen los niños, niñas y jóvenes frente a los horarios que deberían manejarse en un caso hipotético en que se creara un espacio para ellos en la emisora, la mayoría del público infantil prefiere escuchar este tipo de programas en las horas de la tarde o de la noche, entre semana.

En concreto las encuestas arrojaron los siguientes resultados: **(Ver anexo 5)**

- A pesar de que el servicio de radio es gratuito y abarca toda la población del Municipio de Tabio Cundinamarca y sus veredas aledañas, las personas prefieren tener acceso a la televisión.
- El acceso a internet en el Municipio se muestra limitado y escaso, ya que en la mayoría

- La Mega, los 40 principales, Oxígeno, Radioactiva y Candela, se han convertido en las emisoras comerciales que más influencia tienen en el público infantil, dejando de lado la Radio Comunitaria de su propia región, ya que para los niños y las niñas la programación de estas emisoras es más “atractiva y educativa” que los programas que ofrecen en su región. Lo cual evidencia que la idiosincrasia y empoderamiento de las cosas de la comunidad se ven debilitadas por esta situación.

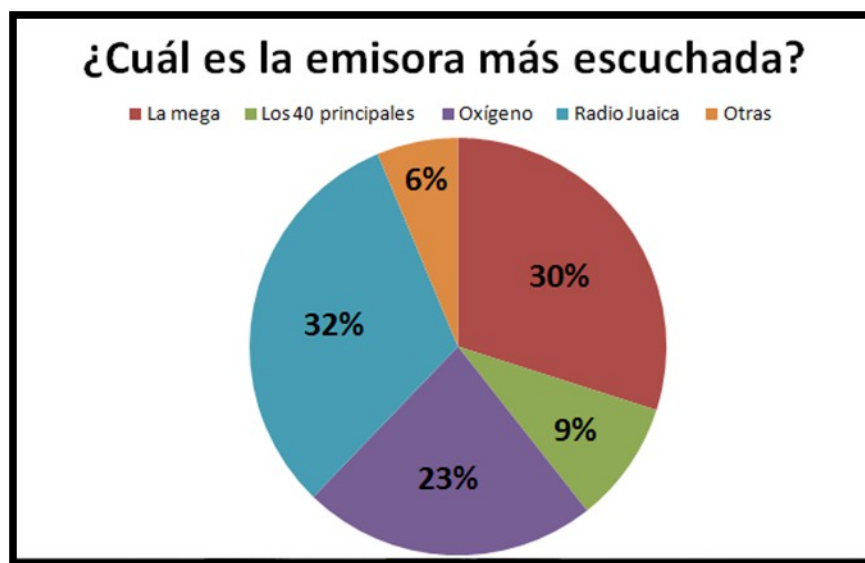


Figura 7. Encuesta de percepción: ¿Cuál es la emisora que más escuchas?
Fuente: La Hora del Parche

- La Emisora Comunitaria Radio Juaica Stereo, no contiene espacios infantiles y juveniles que sean atractivos para las personas de la comunidad.
- Aunque la Emisora Radio Juaica Stereo exista y el público infantil de Tabio la reconozca, les hace falta tener una estrategia de posicionamiento y de visibilización que permita generar nuevos productos y programas llamativos acordes a las necesidades que piden los niños, niñas y jóvenes.

- Se evidenció el interés y la necesidad que tienen los niños, niñas y jóvenes del Municipio, frente a la creación de un espacio en el que se les permita participar y crear ellos mismos los contenidos.
- Los niños, niñas y jóvenes no tienen claro el horario en el que les gustaría escuchar un formato dedicado para ellos, ya que están más relacionados con los programas que transmiten las radios comerciales en las horas de la tarde y de la noche.

1.1.2. Conclusiones de la investigación

En este proceso las diferentes técnicas cuantitativas y cualitativas, fueron fue de gran ayuda para lograr enfocar la labor del investigador dentro de la actividad que se quería hacer, teniendo como base las diferentes metodologías realizadas que partían de la participación y la observación que se hacían hacia los integrantes de los grupos focales. Adicional a esto se concluyó:

- a) En general se evidencia una preocupación por parte de los niños, niñas y jóvenes, de tener espacios de educación y entretenimiento que tengan en cuenta sus necesidades y problemáticas.
- b) Los niños, niñas y jóvenes demandan programas radiales que no solo sean para el público infantil y juvenil, sino que ellos mismos los puedan crear.
- c) Esta población infantil y juvenil del Municipio, reconoce la importancia de un programa radial, en el que ellos puedan participar, sin embargo, es una tendencia especialmente de niños de 10 a 14 años de edad.
- d) Aunque la emisora del municipio de Tabio no es tan reconocida en la población infantil y juvenil, los niños y niñas manifestaron que la existencia de un programa radial infantil, los motivaría a escuchar más a Radio Juaica.
- e) La visibilidad de la Emisora Comunitaria dentro del público infantil y juvenil, se ve afectada por la mala percepción que algunos de ellos, han adquirido con el voz a voz de los que si la escuchan.

- f) Los niños, niñas y jóvenes, prefieren programas musicales de las emisoras comerciales que son más entretenidos que educativos, no tienen en cuenta que éstos generen debate u opinión.

Adicional a esto, es importante destacar, que a través de estos resultados también se identificó que sí es posible que una franja radial infantil, contribuya a la sostenibilidad integral de la radio, ya que, el proceso que se realiza es incluyente, lo que significa que intervienen diferentes actores sociales, institucionales y económicos, que a lo largo del proceso, pueden aportar en la supervivencia de la emisora, por medio, de distintas acciones, cómo:

- a) Alianzas estratégicas con las Instituciones Educativas.
- b) Alianzas estratégicas con la Alcaldía municipal de Tabio.
- c) Continuidad en el proceso de capacitaciones.

De todo esto, se deriva una propuesta participativa de CpD – CCS, que en el siguiente capítulo desarrollaremos: La Franja Infantil “La Hora del Parche”.

Capítulo 2

2. PROPUESTA DE DESARROLLO: CREACIÓN DE UNA FRANJA INFANTIL EN LA EMISORA COMUNITARIA RADIO JUAICA STEREO DEL MUNICIPIO DE TABIO - CUNDINAMARCA.

Con base en los resultados analizados, y partiendo de las necesidades y propuestas que generó la comunidad y los participantes de los grupos focales, realizados a la población infantil y juvenil del Municipio de Tabio Cundinamarca, se llegó a la conclusión de que la creación de un espacio lúdico de comunicación en Radio Juaica Stereo, emisora comunitaria de Tabio, sería la respuesta a la pregunta de investigación que se planteó al inicio de este documento y a las múltiples inquietudes y opiniones del público objetivo.

Será principalmente, a través del edu – entretenimiento que la franja radial infantil de Radio Juaica alcance la sostenibilidad integral y el cumplimiento de sus objetivos como medio comunitario. Teniendo en cuenta que esta estrategia integra el entretenimiento con los fines educativos, promueve el diálogo y el debate, es aplicable a todas las culturas y crea personajes alrededor del contexto local, entre otros, y la variedad cultural, así como la necesidad de encontrar espacios para la puesta en común de las opiniones.

2.1. Descripción de la propuesta de Plataforma para el Municipio de Tabio - Cundinamarca

Para Clemencia Rodríguez, “un medio es ciudadano en la medida en que facilita procesos de constitución de identidades fuertemente arraigadas en lo local, desde donde se proponen visiones futuro sostenibles (...) conectadas con lo global” (Rodríguez, 20013, p.100). Teniendo en cuenta el diagnóstico del municipio de Tabio en donde el desplazamiento, la falta de empoderamiento de las comunidades, el analfabetismo entre otros factores, se identificó, que es necesario generar impacto en estos temas, con el objetivo de transformar el desarraigo por una identidad y apropiación fuerte, capaz de movilizar a la comunidad frente a la búsqueda de soluciones para sus problemáticas. Por ello, la creación de una

franja radial infantil, en una emisora comunitaria constituye un camino posible para el fortalecimiento de dichas identidades.

Los habitantes de dicho sector no podrán empezar a transformar su realidad, es decir, a ser agentes de cambio, en la medida en que no creen que su actuar va a ser fructífero de alguna u otra manera. Tal como lo afirma Chantal Mouffe, “el ciudadano es la persona que cada día genera poder para ir transformando su comunidad, poco a poco, para ir haciendo que su comunidad se parezca cada vez más a su visión de futuro”. (Rodríguez, 20013, p.100).

El poder del ciudadano radica en su capacidad de agencia para transformar su propia realidad social.

“El ciudadano existe en interacción con una serie de relaciones ancladas en ese mismo lugar. Es de éstas relaciones de donde cada uno de nosotros extrae (o no) porciones de poderes y estos poderes, cada uno con su textura diferente, son la materia prima de la democracia” (Rodríguez, 2013, p.100).

En el caso de Tabio, se evidencia una gran problemática en las relaciones que se tejen entre la comunidad adulta y los niños, pues a pesar de que el municipio cuenta con medios de comunicación para que la población haga uso de ellos a favor de sus necesidades, en las que se incluyen las inconformidades y el ocio, no hay un espacio dedicado a los niños, niñas y jóvenes, mucho menos a sus temas de interés, sueños y problemáticas.

La mayoría de actividades que se adelantan en el municipio en pro de la población infantil son dedicadas a la prevención de dichos problemas o en su efecto son programas sociales que integran salud ocupacional y salud, pero, no hay programas de esparcimiento que incentiven la participación de los niños por medio de procesos comunicacionales en los que se fortalezcan sus Derechos, responsabilidades y se trabaje su empoderamiento y liderazgo. Los únicos

programas con que cuentan, son propios de la Casa de la Cultura, en donde se les incentiva por medio de las actividades artísticas o en su defecto las actividades propias del colegio.

Teniendo en cuenta que la comunicación para el cambio social puede ser definida, como un proceso de diálogo público o privado, en donde las personas deciden quiénes son, qué quieren y cómo lo van a lograr, lo cultural aparece como un elemento central en estos procesos. Si se tiene en cuenta que, por múltiples factores, la población de Tabio no ha sido protagonista en la radio local de manera sostenible, y que en este tipo de comunicación la comunidad debe estar en capacidad de liderar y generar procesos de cambio, la existencia de una franja radial infantil se puede convertir en un canal de generación de vínculos entre los diferentes niños, niñas y jóvenes del municipio.

A partir de su existencia, la diferencia, bien sea étnica, de sexo, etérea, de nacionalidad, o de cualquier otro tipo, puede pasar de ser un elemento de conflicto, a ser un elemento integrador, que contribuye al enriquecimiento de lo público a partir de la riqueza de la diversidad.

Como se ha dicho antes “La Comunicación para el Desarrollo contribuye en el uso de procesos, técnicas y medios de comunicación para ayudar a las personas a alcanzar una mayor conciencia de su situación y opciones de cambio” (McCall, 2011).

Sin embargo, la población adulta no es la única que puede intervenir en los procesos de cambio; los niños también juegan un papel fundamental al constituir un 60% (de niños, niñas de la población).

Dadas las características fuertemente patriarcales de la cultura cundiboyacense, también en Tabio, los niños no representan una voz fuerte que se tenga muy en

cuenta al interior de su comunidad; por esta razón la emisora Radio Juaica, junto con el grupo de comunicadores investigadores de la Universidad de la Sabana, decidimos crear una franja radial infantil que les abra a los niños y niñas, espacios para su participación y formación progresiva en un ambiente propicio para la construcción de ciudadanía.

La franja abordará contenidos que contribuyan en la formación integral de esta población, pero además, permitirá fortalecer sus capacidades de trabajo en equipo, expresión, organización, que les potencie como líderes dentro de su comunidad en facilitadores para que otros también se animen y puedan participar. No serán agentes de cambio surgidos de situaciones coyunturales, sino de un proceso continuo en el que adquieren las herramientas necesarias para lograr incidir en todos los aspectos de su entorno.

2.2. Objetivo general

Crear una Franja Radial Infantil para niños, niñas y jóvenes del Municipio de Tabio Cundinamarca, que a través de una estrategia de educación y de comunicación para el desarrollo, incentive la participación y el empoderamiento de los niños y jóvenes en la radio comunitaria Juaica Stereo y que a su vez contribuya a la sostenibilidad integral de esta emisora.

2.2.1. Objetivos Específicos

- Crear un espacio educativo en la parrilla de programación de la Emisora Comunitaria Radio Juaica Stereo.
- Promover y fortalecer la autonomía y el criterio de los niños, niñas y jóvenes para la toma de decisiones.
- Utilizar el Edu - entretenimiento como estrategia eje para el cambio social y la participación.
- Promover el debate y la crítica constructiva para la promoción de la tolerancia y el respeto, entre otros valores.

- Visibilizar la importancia del rol de los padres de familia en el desarrollo de los niños, niñas y jóvenes, al igual que en todas sus actividades.
- Fortalecer los derechos y deberes de los niños, a través de los agentes de cambio social/ agentes de paz.

2.3. Público Objetivo

El público objetivo con el que se desarrollará la estrategia de Comunicación para el Desarrollo, en el Municipio de Tabio Cundinamarca, será de: Niños, niñas y jóvenes entre los 7 y los 15 años de edad, pertenecientes a esta región.

2.4. Mapa de Actores

La siguiente imagen, representa una pequeña muestra del Mapa de Actores completo, el cual permite ver las diferentes percepciones que tienen las instituciones del municipio de Tabio que consideramos pertinente para esta investigación. **(Ver anexo 6)**

A continuación se mostrarán los diferentes grupos objetivo del proyecto, y específicamente se observaran sus posiciones y niveles de influencia frente a los objetivos de este proyecto.

Mucha

Poco Interés

Mucho

Poca

Figura 8. Mapa de Actores del Municipio de Tabio

Fuente: La Hora del Parche

2.5. Propuesta del modelo de gestión para la construcción de franjas infantiles en radios comunitarias



Figura 9. Modelo para la construcción de Franjas Infantiles en Radios Comunitarias

Fuente: La Hora del Parche

2.5.1. Metodología de las Franjas Infantiles en Radios Comunitarias

En el proceso de creación de un espacio infantil para niños y niñas se estableció el siguiente modelo de construcción para franjas infantiles en radios comunitarias, el cual busca ser una guía y un referente a tener en cuenta por las emisoras comunitarias para hacer radio infantil. El modelo cuenta con tres etapas que están encaminados al desarrollo de la Franja, para ello es necesario contar con una serie de **insumos** que garanticen y refuercen los **procesos** que después se van a llevar acabo y que en definitiva van a reflejar las **incidencias** que tiene una Franja Radial Infantil.

2.5.1.1. Insumos

Para la creación de una Franja Radial Infantil requiere:

a) Investigación: Una investigación previa que permita entrever la realidad de la población infantil en la radio, especialmente en el contexto en el que se está trabajando. Es necesario indagar cuál es la situación del municipio en materia de radio infantil desde todos los ángulos posibles. Además, hacer un diagnóstico poblacional en el que se logren evidenciar las diferentes problemáticas y necesidades que aquejan al municipio, con el fin de encontrar en conjunto con la comunidad y a través de la radio infantil una posible solución.

b) Realizar alianzas locales, educativas y gubernamentales (Capital social), contribuye a la supervivencia del proyecto, ya que, lo apoyan social y económicamente. La emisora puede ofrecer el espacio físico para la realización, transmisión y difusión del programa; los colegios o las instituciones educativas permiten que estudiantes y profesores sean incluidos, participen, opinen, se empoderen y fortalezcan el trabajo de la franja radial infantil; La alcaldía o las empresas del municipio pueden cooperar al proyecto a través de los diferentes programas de desarrollo que ejecutan, así mismo, pueden aportar a la sustentabilidad de este. Conformar una diversa red de alianzas garantiza la gestión y a la sostenibilidad integral de la Franja Infantil. **(Ver anexo 7 y 8)**

c) Los capacitadores (Capital Humano), son un insumo base, además de dirigir la investigación y realizar las alianzas, son los responsables de enseñar a la población infantil a través estrategias de edu-entretenimiento cuyo fin es que los niños, niñas y jóvenes que aprendan se transformen en multiplicadores de los saberes construidos.

2.5.1.2. Procesos

La siguiente fase que plantea este modelo es empezar a elaborar productos pertinentes y eficaces para la franja, los cuales se van a ir generando a través de las capacitaciones y el trabajo diario que se realice con las niñas, niños y jóvenes. A partir de estos contenidos se producen los guiones y se construye la parrilla de programación junto con los niños y las niñas, ya que el programa debe reflejar las percepciones sobre las necesidades que se evidenciaron en el proceso.

2.5.1.3. Incidencias

La incorporación de una franja radial infantil genera:

- a) Visibilización e inclusión de la población infantil: Tener en cuenta a niñas, niños y jóvenes del municipio en proyectos de comunicación permite que se evidencien nuevas realidades.
- b) Fortalecimiento de Derechos.
- c) Empoderamiento y participación de las niñas, los niños y los jóvenes.
- d) Las franjas Radiales Infantiles transmiten la realidad de una comunidad, en este caso, se involucran principalmente los niños y las niñas. La realidad que se logra visibilizar es contada por ellos mismo, lo que contribuye en el fortalecimiento y construcción de ciudadanía, así mismo, fortalece el empoderamiento en los procesos de desarrollo y proyectos de comunicación para el cambio social.

2.6. Propuesta del modelo de gestión de la franja radial infantil - la hora del parche



Figura 10. Modelo para la Construcción de la Franja Radial Infantil “La Hora del Parche”

Fuente: La Hora del Parche

2.6.1. Capacitación

Las capacitaciones son el espacio para realizar el proceso de convocatoria, ya que aquí es donde los niños, niñas y jóvenes, llegan, no solo a conocer sobre el nuevo espacio creado para ellos, sino a identificar su potencial y el gran aporte que le darán a su municipio al hacer parte de esta franja. **(Ver anexo 9)**

Durante el proceso, los participantes tienen la oportunidad de contar con una serie de capacitaciones que varían entre los contenidos radiales y las problemáticas del municipio que ellos mismos proponen. Esta es la base de la franja, ya que a partir de las actividades que se realizan se generan los contenidos que son emitidos durante los programas. **(Ver anexo 10)**

Además de esto, se ha convertido en un espacio en el que los niños, niñas y jóvenes, a través de la lúdica y los procesos educativos, practican sus conocimientos, fortalecen sus capacidades e interactúan, creando así, espacios de opinión, crítica y debate entre ellos mismos. En cada taller los participantes tienen la oportunidad de formular preguntas y crear ideas para la realización de los libretos.

2.6.2. Pre-producción – Producción

Con base en los temas propuestos en las capacitaciones se establecen cronogramas de trabajo, con el fin de abarcar cada uno de estos, para “La Hora

del Parche”, uno de los temas más destacados es el medio ambiente, teniendo en cuenta que esta es una de las principales problemáticas que aqueja al municipio y que cuestiona a la población infantil y juvenil por el impacto que tiene en su comunidad.

Una vez se eligen los temas, los niños, niñas y jóvenes, a través de historias, cuentos y canciones (**Ver anexo 11**) que ellos mismos crean, expresan sus opiniones y desacuerdos acerca de lo que más les llama la atención. Para complementar la información que los niños tienen sobre los temas, se realizan investigaciones y trabajos de campo que les permita obtener mayor conocimiento, esto es un factor importante a la hora de elaborar el libreto, ya que los niños tienen más claridad sobre el tema.

Con el trabajo de Campo se busca integrar a la comunidad y que esta participe en el programa. Se realizan sondeos, entrevistas y diagnósticos de percepción en el Municipio, esto ayuda a que el proceso de pre-producción, a la hora de escribir, editar, realizar los libretos y preparar las capacitaciones, sea mucho más eficaz y tenga una base sólida en cuanto a los temas del municipio.

2.6.3. Emisión

Para la emisión de los programas radiales en la emisora, se tienen en cuenta diferentes factores que contribuyen de forma activa en la emisión eficaz y pertinente de los programas:

- a)** Consejo de redacción para el planteamiento de los temas del programa
- b)** Verificación de programas de edición
- c)** Redacción de libretos pertinente (**Ver anexo 12**)
- d)** Talleres de improvisación
- e)** Calidad de sonido, en los productos radiofónicos
- f)** Libreto de productos radiales a emitir en el programa
- g)** Tener un plan de acción en caso de inconvenientes en la emisión

2.6.4. Visibilización

La franja radial infantil se apoya, no solo en la emisora a través de las distintas cuñas que se realizan y la emisión de los programas especiales que son reproducidos en diferentes horarios en la transmisión de su parrilla de programación, sino también en las redes sociales para visibilizar y posicionar a “La Hora del Parche” ante sus diferentes públicos de interés, además de mostrar el trabajo que es realizado por los integrantes de la franja.

Adicionalmente, la franja radial infantil tiene un Fan Page en Facebook y un Blog, en los que se pueden colgar los trabajos como: canciones, cuentos o historias que los niños realicen durante la etapa de Pre-producción, o en su tiempo libre. **(Ver anexo 13)**

La "Hora del Parche" también cuenta con un video institucional, en el cual se representa de manera dinámica y atractiva, la esencia y los valores que la Franja Infantil manejan y representa mediante todos sus integrantes, con el fin de poder mostrarlo a todos los interesados en el proyecto. **(Ver anexo 14)**

2.6.5. Evaluación

Para el proceso de la Franja Radial Infantil es importante realizar una retroalimentación con todos los participantes, ya que a partir de esta evaluación se puede conocer el impacto de la franja, a que públicos está llegando, de qué manera lo está haciendo y así poder articular los procesos para que estos sean mucho más directos y eficaces. **(Ver anexo 15)**

Adicionalmente, al conocer la opinión de los diferentes públicos se conoce la aceptación que “La Hora del Parche” tiene entre estos, y así, se generan estrategias para mejorar e impactar de la mejor manera con cada grupo. De la evaluación depende todo lo que se siga haciendo en el proceso.

2.7. Descripción – franja radial infantil - la hora del parche

Las plataformas de comunicación son decisivas a la hora de movilizar una sociedad tal como lo afirma Thomas Tuffete” una plataforma mediática impulsada por la sociedad civil busca fortalecer procesos de empoderamiento, y en última instancia influenciar la gobernabilidad y promover el cambio social” (Tuffete).

El edu-entretenimiento, busca fortalecer la educación de la población infantil y juvenil, a través de espacios lúdicos comunicacionales, en donde el objetivo principal es potencializar las capacidades de las personas, con el fin de atender las problemáticas y fortalecer diferentes aspectos propios de las comunidades.

De esta forma, se propuso crear una franja radial infantil, en la Emisora Comunitaria Radio Juaica Stereo, del municipio de Tabio Cundinamarca, la cual tendría un espacio de dos horas en la parrilla de programación de la emisora estipulada para los días sábados.

La franja trabajará bajo el Lema: “Jugamos para Educar”, que refleja el proceso de formación que acompañara a la Franja radial, a través de capacitaciones que se realizarán los sábados en un horario de 9:00 am a 12:00 pm.

Inicialmente las capacitaciones serán dirigidas a un grupo base de niños, niñas y jóvenes, que participarán en los primeros programas; allí los niños y niñas se capacitarán es aspectos teóricos y prácticos de procesos de comunicación radial para el cambio social.

A través de este proceso, los niños y niñas de la franja, se están formando como agentes de cambio social en su municipio. Esto contribuye al desarrollo integral de la emisora.

La franja infantil arrancará con un grupo base de niños, que será el equipo de inicio, pero se busca involucrar a amplios grupos de la población infantil. Los niños que estarán en cabina irán rotando, sin embargo, al final de las capacitaciones, todos recibirán un diploma y los mejores programas realizados serán transmitidos en las emisiones de la franja infantil. **(Ver anexo 16)**

2.7.1. Políticas Generales de la Franja Radial Infantil

- La franja manejará procesos de comunicación ciudadana por lo que propenderá por visibilizar problemáticas de la comunidad en la que otros medios de comunicación no enfatizan.
- Buscar la capacitación y formación continua de sus integrantes con el fin de ofrecer la mejor calidad posible en sus contenidos y formar a los integrantes de la Franja Infantil en temas propios de la radio.
- Promover el conocimiento y el ejercicio de los derechos humanos, en especial los de la niñez.
- Innovar continuamente en los formatos utilizados en su programación para garantizar la calidad en sus contenidos y la sostenibilidad y eficacia de la franja.
- Trabajar por la formación de audiencias críticas frente a los contenidos y con capacidad de liderazgo y de proposición de los niños y niñas.
- Promover espacios de participación, integración y de debate, a través de sus contenidos, con los cuales se buscará favorecer la pluralidad, la libre expresión y la tolerancia de los niños, niñas y jóvenes.
- Promoverá la identidad cultural y la recuperación de la memoria histórica de su municipio.
- Buscará espacios para el fortalecimiento de la construcción de ciudadanía mediante la actuación de los niños como agentes de cambio social.

2.7.2. Criterios Generales de la Franja Radial Infantil - La Hora del Parche

- Los contenidos de La Hora del Parche, estarán orientados a la población infantil y juvenil.
- Los programas de la franja independiente de su temática, deben promover el fortalecimiento de la autonomía, el criterio propio y la participación de su público objetivo.
- Los contenidos no deben atentar contra la honra o la dignidad de ninguno de sus oyentes. Así mismo el lenguaje no debe ser excluyente, agresivo o vulgar.
- Los contenidos deben fomentar la participación y la construcción de los derechos y responsabilidades relacionadas con la convivencia pacífica, tanto en la población infantil y juvenil como en todos los oyentes de la Franja.
- En caso de manejar temas sensibles, (que generen debate, o que estén asociados a aspectos de violencia, corrupción, etc.), debe acudir a la ayuda de un especialista, que garantice la integridad de las audiencias y el abordaje adecuado de los temas.
- Los contenidos deben promover los derechos de la niñez y la participación de los niños, niñas y jóvenes al interior de la familia y la sociedad.

2.7.3. Parrilla Franja Infantil La Hora Del Parche

A continuación se explicarán la estructura y el contenido de la franja radial infantil “La Hora del Parche”, los cuales, fueron establecidos según las temáticas que los niños, niñas y jóvenes aportaron en el proceso previo de investigación y en las capacitaciones desarrolladas a lo largo del proyecto.

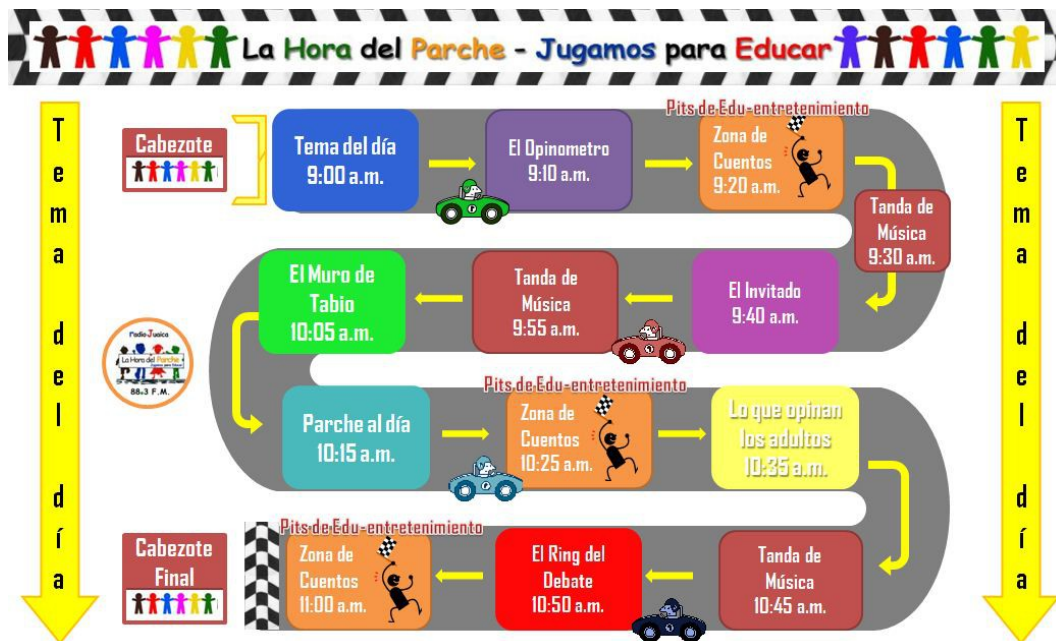


Figura 11. Parrilla de programación de “La Hora del Parche”

Fuente: La Hora del parche

Tabla 7:

Descripción de los programas de la Franja Radial Infantil “La Hora del Parche”

Nombre de la Sección	Descripción	Objetivo
Tema del Día	Es el eje central de todo el programa, ya que a través del tema elegido se le dará continuidad a las demás secciones.	Fortalecer la capacidad de agencia, la participación a través de distintas temáticas propias del Municipio.
El Opinómetro	Sección dirigida a la participación de la comunidad en el tema del día.	Propiciar un espacio de opinión.
Zona de Cuentos - Pits de Edu-entretenimiento	Espacio dirigido a la creación de cuentos, canciones e historias realizados por los niños y niñas, enfocados a la temática del día.	Aplicar estrategias de edu-entretenimiento en los espacios de la Franja Infantil, como temática central del proceso, las cuales incentiven el cambio social.
Tanda de Música	Paso de música, para hacer los cortes de los bloques de las secciones.	Amenizar y dar paso a cada una de las secciones de la Franja.
La Señal	Espacio dirigido para las empresas, microempresas o personas naturales, que se encuentren interesadas en anunciar sus negocios a través de la Franja Radial Infantil.	Generar alianzas de pauta, para la sustentabilidad de la Franja.
El Invitado	Tiempo dirigido a la entrevista de un invitado seleccionado acorde al tema del día o a las temáticas de interés seleccionadas por los integrantes de la Franja.	Crear espacios de lúdica, entrevista y opinión a partir de las temáticas de interés, propuestas por los niños, niñas y jóvenes.
El Muro de Tabio	Agenda semanal de las actividades y fechas importantes realizadas en el	Informar a la comunidad sobre las actividades y

	municipio, para la población infantil y juvenil.	noticias que ocurren en el Municipio.
Parche al Día	Mini noticiero que abarque notas de moda, deportes, música, salud y planes, dirigidos a los niños, niñas y jóvenes.	Promover la participación de los niños, niñas y jóvenes del Municipio.
El Ring	Espacio dirigido a un mini debate, acerca de una temática previamente elegida por los integrantes de la franja. Este espacio estará apoyado por una persona experta en el tema.	Propiciar espacios de debate y opinión.
Lo que piensan los adultos	Tiempo dirigido a las opiniones de padres y adultos, referentes al tema del día.	Incentivar la participación de los padres y/o acudientes en los procesos de desarrollo, de la población infantil y juvenil.

Nota. Fuente: La Hora del Parche

1.1. Ubicación de la Franja Radial Infantil en la parrilla de la radio local

A continuación, se muestra la parrilla de emisión con la que actualmente cuenta Radio Juaica y en la que se evidencia el espacio y horario de emisión que tuvo la franja durante el proceso. La emisora y los coordinadores del proyecto, luego de las socializaciones con el municipio y el grupo base que asistió a las capacitaciones, definieron los días sábados de 9:00 a.m. a 11:00 a.m. como el espacio adecuado para la franja infantil.

Tabla 8:

Parrilla de Programación Emisora Radio Juaica Stereo + Franja Radial Infantil “La Hora del Parche”

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
05:00 a.m.	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA	¿DE QUIEN TE ACUERDAS?	DE RUANA
06:00 a.m.	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA	ALBORADA CAMPESINA		
07:00 a.m.	ESTAMOS CONTIGO TABIO	ESTAMOS CONTIGO TABIO	ESTAMOS CONTIGO TABIO	ESTAMOS CONTIGO TABIO	ESTAMOS CONTIGO TABIO	RAICES	POR LOS CAMINOS DE MI PUEBLO
08:00 a.m.						FOLKLORICAS	
09:00 a.m.	CAMINANTES DEL CAMINO	RADIOMANIA 2.0	LAS MUJERES HABLAN ELLOS TAMBIEN	RADIOMANIA 2.0	CITA CON LA VIDA	EL REPARADOR DE SUEÑOS	
10:00 a.m.	RADIO ESCOLAR	RADIO ESCOLAR	RADIO ESCOLAR	RADIO ESCOLAR	RADIO ESCOLAR		EL CANTINAZO
11:00 a.m.	EL RECESO	EL RECESO	EL RECESO	EL RECESO	EL RECESO	REGUETONEANDO	
12:00 p.m.	JUAICA AL DIAL	JUAICA AL DIAL	JUAICA AL DIAL	JUAICA AL DIAL	JUAICA AL DIAL	EL CONTEO	MIS VIEJAS CANCIONES
01:00 p.m.							
02:00 p.m.	LA OLA DE LA FARAONA	ENERGIAS OSCURAS	 Repetición	ONDAS FK	LA OLA DE LA FARAONA	ONDAS FK	 Repetición
03:00 p.m.	TARDES DE RUMBA	TARDES DE RUMBA		TARDES DE RUMBA	TARDES DE RUMBA		
04:00 p.m.	TARDES DE RUMBA	TARDES DE RUMBA	SALSABOR	LAS MUJERES HABLAN ELLOS TAMBIEN	SOUND HERO	SOUND HERO	SALSABOR
05:00 p.m.	SAN MARTINIANOS AL AIRE	LATINOAMERICA EN SONIDOS		LA MAZA			
06:00 p.m.	ENCUENTRO COMUNITARIO	RAICES FOLKLORICAS	EL CANTINAZO	LA MAZA	SOUND HERO	SOUND HERO	
06:30 p.m.	ENCUENTRO COMUNITARIO	RAICES FOLKLORICAS					
07:00 p.m.					VOCES Y ORQUESTAS	MEZCLAS D.J. RESIDENTE	
08:00 p.m.							

Nota. Fuente: La Hora del Parche

3. LOGROS

- Como resultado del proceso realizado en Tabio, con los niños, niñas y jóvenes del municipio, se logró establecer en la parrilla de programación de Radio Juaica, un espacio radial infantil de 2 horas, los sábados de 9:00am a 11:00 de la mañana. Adicional a esto, se estableció un espacio para las repeticiones de la franja infantil, los días miércoles de 2:00 a 4:00 de la tarde y los domingos de 9:00 a 11:00 de la mañana.
- Más de 100 niños, niñas y jóvenes de la cabecera municipal y las veredas aledañas, fueron convocados para hacer parte del proceso de creación de la franja.
- Durante el proceso de “la Hora del Parche” se desarrollaron más de 50 capacitaciones, en las que se fortalecieron las capacidades radiofónicas de los niños, niñas y jóvenes que participaron.
- La acogida que tuvieron las instituciones educativas, frente a la presentación del proyecto “La Hora del Parche” y las alianzas que se generaron con las áreas de español y humanidades, para transmitir los cuentos de los niños, niñas y jóvenes en la franja radial infantil, fue 100% positiva.
- Se recibieron cerca de 50 cuentos escritos provenientes de los colegios y escuelas del Municipio de Tabio, a través de la alianza que se tejió con las entidades Educativas.
- En la Franja Infantil la “Hora del Parche”, los niños, niñas y jóvenes realizaron aproximadamente 30 piezas comunicativas tales como: cuentos, dibujos, canciones, poemas, entrevistas, entre otros, los cuales, de su propia autoría, fomentaron su creatividad y libre expresión.

- Se realizó la producción de un cd de cuentos, acerca de diferentes temáticas. Dichos cuentos fueron escritos y realizados por los niños, niñas y jóvenes, integrantes de La Franja Infantil “La Hora del Parche”. **(Ver anexo 17)**
- Los integrantes de la Hora del Parche presentaron grandes avances en la transformación de subjetividades, por ejemplo, de niños tímidos a niños expresivos, de niños apáticos a niños con capacidad de liderazgo. Además, este proceso contribuyó en la armonización del trabajo en equipo y en la canalización de sus energías para lograr un fin.

Tal es el caso de Julián Pérez, quien al principio, no conseguía acoplarse al nivel académico que exigían las capacitaciones, ya que presentaba un problema de lectura, lo que le dificultaba llevar a término las actividades propuestas. Sin embargo al finalizar su proceso demostró un gran avance.

Por otra parte Daniel González, quien se vinculó a la segunda etapa del proceso, se destacó en las capacitaciones por su capacidad de liderazgo y sus diferentes cualidades en temas radiofónicos. Gracias a esto, a su constancia y esfuerzo consiguió un espacio propio en la parrilla de programación, los miércoles a las 7 de la noche, en dónde tiene un programa sobre música, así mismo, los fines de semana maneja la consola de la emisora y ayuda en el programa del “Conteo”.

- Se lograron generar alianzas con la Alcaldía local y con los Planteles Educativos de Tabio, tanto de la cabecera municipal como de las veredas aledañas, lo que permitió contar con el apoyo del Alcalde y todo su grupo de trabajo en eventos destacados, como lo fue el día Internacional de la niñez, el día de la madre y la semana de la juventud. **(Ver anexo 18)**

- Se vincularon al proceso, padres de familia que tuvieron a sus hijos participando en la Franja Infantil.
- Después de haber presentado el proyecto, ante la comunidad, los padres de familia autorizaron la participación de sus hijos, en las capacitaciones, actividades y programas, realizados por La Franja Infantil “La Hora del Parche”. **(Ver anexo 19)**
- Las alianzas con las Instituciones Educativas privadas y públicas, ayudaron a promover e incentivar la escritura de los niños, niñas y jóvenes, a través de cuentos o pequeñas historias, que fueron pasados en los especiales de la Hora del Parche.
- La alianza educativa que se realizó con La Universidad de la Sabana, a través del seminario de Comunicación Para el Desarrollo y el área de prácticas sociales de la Facultad de Comunicación, contribuyó y sigue contribuyendo de forma eficaz, en el desarrollo integral de Radio Juaica y la Franja Infantil la Hora del Parche. **(Ver anexo 20)**
- Por gestión del equipo de la Hora del Parche, se vincularon al proyecto las empresas “Yanbal” y “Pan Pa Ya”, como patrocinadoras oficiales del día del niño, quienes a través de donaciones como camisetas, botones, manillas, refrigerios y regalos, contribuyeron en el desarrollo de las diferentes actividades de posicionamiento de la Franja. **(Ver anexo 21)**
- Los habitantes del Municipio recibieron de forma positiva el espacio que se creó para los niños, niñas y jóvenes, y han entendido la importancia de la participación infantil en la radio comunitaria.

4. DIFICULTADES

- La emisora no contaba con un equipo de trabajo que se encargara de todos los temas propios de la emisora; la emisora estaba a cargo de una sola persona que hacía las veces de Director, realizador, productor, administrador entre otras labores.
- Los recursos económicos fueron un limitante para el proyecto, sin embargo, nunca dejó de funcionar.
- Pese a que las convocatorias se realizaron en todo el municipio, la participación de la población infantil y juvenil fue menor a la esperada.
- Los equipos con los que cuenta la emisora no se encontraban en pleno funcionamiento, lo que dificultaba en proceso de formación con los integrantes de la franja.
- Los equipos que tiene la emisora para la realización de los programas en directo, no tienen la capacidad para ello, lo que dificultó el proceso.
- El desplazamiento de los capacitadores al municipio de Tabio, en ocasiones se complicó por falta de recursos económicos.
- La idealización que a veces los capacitadores pueden tener sobre el trabajo con comunidad, y que puede afectar el trabajo de campo.

5. CONCLUSIONES

- Las radios comunitarias son un medio de enseñanza, mediante el cual se deben generar espacios de formación para la población infantil y juvenil.

- La participación activa de la emisora comunitaria, así como de los planteles educativos y la Alcaldía Local, son fundamentales en los procesos de desarrollo formativo de la comunidad.
- En “La Hora del Parche”, se crearon espacios de formación y comunicación, mediante los cuales se abordaron temáticas como: La participación, el empoderamiento, el fortalecimiento de los Derechos Humanos, Derechos de Primera Infancia, los valores culturales de la región y las capacidades individuales y grupales de los niños, niñas y jóvenes. Así mismo, estos espacios lúdicos comunicacionales, permitieron que se dieran de manera espontánea situaciones de debate y opinión en donde se fortalecieron los valores propios de la sana convivencia y se incentivó el liderazgo, el trabajo en equipo y la capacidad de agencia.
- El apoyo otorgado por los practicantes y voluntarios que hicieron parte de la Franja Infantil, fue fundamental para el desarrollo de diversas actividades, estrategias y planes que se ejecutaron en la Hora del Parche. **(Ver anexo 22)**
- Teniendo en cuenta los logros y dificultades, podemos concluir que la participación de la comunidad, la formación de los niños, niñas y jóvenes del municipio y las diferentes alianzas que se establecieron, contribuyeron al fortalecimiento y la sostenibilidad integral de la emisora Radio Juaica Stereo y la Franja Infantil La Hora del Parche.

6. LECCIONES APRENDIDAS

- La participación de los niños y las niñas es determinante en los espacios de comunicación, donde se desarrollan sus puntos de vista, sus opiniones y se

abre un espacio en dónde cada uno de los integrantes es dueño del espacio de radio que les ha brindado la franja infantil.

- Incluir a la comunidad y las diferentes instituciones hace parte de trabajar con colectividad en pro del beneficio del municipio, cuando se incluyen los diferentes actores sociales para trabajar juntos por un objetivo social permite que los proyectos sean sostenibles, solo cuando todos trabajan en equipo.
- Es necesario realizar una investigación rigurosa que permita visualizar una realidad, desde el punto de vista de la comunidad, y en el proceso se aprende que las realidades y los contextos son diferentes, que las problemáticas varían y que es presuntuoso pretender solucionar todos los problemas.
- En el proceso se comprendió que los proyectos de comunicación para el desarrollo buscan mitigar las problemáticas y ser escenarios de participación. No se puede llegar a una comunidad a “educar” en aras del desarrollo, en una comunidad se aprende y desde ese aprendizaje se construyen estrategias que permiten generar procesos de apropiación, que les permita a las personas tener herramientas para hablar, para proponer, opinar, interactuar, pero sobre todo les permite actuar en sus comunidades como agentes de cambio social.
- Entender que los espacios para niños, niñas y jóvenes son más efectivos cuando los adultos logramos comprender que estos procesos deben estar dirigidos por ellos y deben girar en torno a su propio criterio, opinión y debate, el adulto solo es un facilitador y educador que contribuye al aprendizaje de los mismos.
- Las personas que trabajan en una radio comunitaria son igual de competentes a las personas que tienen otro tipo de trabajos en radio o que son profesionales en el tema.

- Cuando se trabaja en una radio comunitaria todas las personas que van a intervenir en los espacios de emisión deben estar preparadas y capacitadas para cualquier tipo de altercado que se pueda vivir al aire.
- Cuando se realiza y se ejecuta un proyecto de desarrollo se puede partir de la teoría y de las enseñanzas que los facilitadores han adquirido en la academia, pero lo más importante es partir de la vivencia en campo, de las realidades que las mismas comunidades han venido tejiendo a lo largo de su proceso de desarrollo.
- Los recursos económicos son fundamentales para que los proyectos perduren y sean sostenibles en el tiempo, sin embargo, la constancia y compromiso de quienes los ejecutan son el eje principal para que todas las metas trazadas a lo largo del camino se lleven a cabo.

7. RECOMENDACIONES

De las recomendaciones que se pueden realizar, de carácter general, queremos resaltar el carácter público del servicio de radiodifusión sonora, y específicamente los fines de la radio comunitaria, que según la ley son definidos como:

“Un servicio público participativo y pluralista, orientado a satisfacer necesidades de comunicación en el municipio o área objeto de cubrimiento; a facilitar el ejercicio del derecho a la información y la participación de sus habitantes, a través de programas radiales realizados por distintos sectores del municipio, de manera que promueva el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de las identidades culturales y sociales (...) por tanto, todos los concesionarios tendrán la obligación de ajustar sus programas a los fines indicados”. (MinTic, 2008, p. 21)

Como se puede interpretar, el funcionamiento adecuado de la radio comunitaria requiere entonces de la activa participación de los diferentes sectores de la localidad, y en ese sentido, es una “co-responsabilidad”, de sus directivos, comunidades, entidades públicas, sector privado, que permitan que los proyectos emprendidos, cuenten con todo lo necesario para su óptima ejecución; de esta forma la sostenibilidad integral, como asegura Gumucio (2003), no será “un arte de equilibristas”.

7.1. Recomendaciones a Radio Juaica Stereo

Los desafíos que enfrenta la emisora para su sostenibilidad son varios, razón por la cual sugerimos:

- Generar espacios en donde se socialice a los niños, niñas y jóvenes la relevancia y el impacto que tiene la radio comunitaria en la región y se demuestren casos exitosos, como por ejemplo, la participación infantil en la emisora Alegría Stereo, del municipio de Tocancipá.
- Realizar un plan de mercadeo y posicionamiento, que logre pauta y patrocinio de los programas que se realizan.

- Promover el trabajo en equipo con los otros medios de comunicación del municipio, para que se fortalezcan los proyectos propios y se fortalezcan otros más colectivos.
- Elaborar alianzas estratégicas con los diferentes agentes potenciales del municipio.
- Buscar los mecanismos que posibiliten el mejoramiento de la calidad de los equipos que se encuentran en la emisora, con el fin de mejorar los productos radiales.
- Es necesario que la junta directiva de la emisora establezca claramente roles como: el director, el subdirector y otros que faciliten gestión eficaz de la emisora.

7.2. Recomendación a la Comunidad

- Apropiarse del medio de comunicación Radio Juaica Stereo, ya que los ciudadanos del municipio, son la esencia del mismo, y están respaldados por la ley (decreto 1981 del 2006 Mintic) para hacer parte de la decisión, sobre la programación y la supervisión de la misma, es decir, deciden sobre los contenidos.

7.3. Recomendación a los Futuros Facilitadores

- La constancia y compromiso de quienes son el eje principal para que todas las metas trazadas a lo largo del camino se lleven a cabo.
- Se debe mantener una convocatoria abierta de carácter continuo, con el fin de mantenerla sostenibilidad en el proyecto de la Hora del Parche.
- Los niños, niñas y jóvenes deben ser los principales generadores de contenidos, que se emitirán en la franja infantil.

- La parrilla de programación debe mantener siempre una continuidad, teniendo en cuenta los objetivos de cada una de las secciones.
- El edu-entretenimiento se debe mantener como eje central de la Franja Infantil.
- Los niños, niñas y jóvenes, siempre deben tener un acompañamiento continuo por parte de los facilitadores que acompañen el proyecto.
- Se deben continuar realizando estrategias con los diferentes aliados, con el fin de conseguir recursos para la sustentabilidad y sostenibilidad tanto de la emisora como de la franja.

7.4. Recomendaciones a la Universidad de La Sabana

- La Franja Infantil La Hora del Parche y sus sostenibilidad, por implementarse en el municipio de Tabio, zona de influencia directa de la Universidad son una oportunidad para ejercer la Responsabilidad Social desde la Universidad.
- Los proyectos de aula desde las asignaturas y seminarios que hacen parte de la profundización de Comunicación para el Desarrollo, Organizacional, Periodismo y Medios Audiovisuales pueden ser, claves para la continuidad de la Franja y de la emisora.
- Se sugiere mantener la alianza de prácticas sociales, con la Facultad de Comunicación Social, con el fin de que los estudiantes de pregrado puedan seguir apoyando el proyecto y contribuyendo con la sostenibilidad integral de la emisora y de la franja.
- Se le recomienda a la Facultad de Comunicación, hacer un vínculo entre la materia de investigación social y el proyecto de la Hora del Parche, ya que

este le brinda la posibilidad a los estudiantes de investigar diversas áreas de interés, propias del campo de la comunicación.

7.5. Recomendación a Entidades públicas

- Se recomienda que “la Hora del Parche” y “Radio Juaica” estén respaldadas por una alianza estratégica con la Alcaldía Municipal, y que desde instancias como Consejo de política Social (COMPOS), secretaría de salud, de educación, entre otras, se articulen contenidos y actividades que fortalezcan el ejercicio de derechos y de la ciudadanía, por parte de niñas, niños y jóvenes.
- Está demostrado, en múltiples escenarios nacionales e internacionales, que la radio comunitaria es un potente vehículo para promover proyectos y causas sociales¹. Se recomienda a las entidades públicas aprovechar esto, y articularse con proyectos de radio participativa.

NOTA: Para ver el trabajo de campo realizado por la franja radial infantil “La Hora del Parche”, por favor remitirse al anexo 23.

8. REFERENCIAS

- Alfaro, R. (1993). *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima, Perú: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.
- AMARC. (2010). *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual*. Recuperado de http://legislaciones.amarc.org/40Principios/40_Principios_diversidad_pluralismo.pdf
- Arteaga, C. (2004). Un Paso por la Historia de la Radio. *Razón y palabra*, (36). Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n36/carteaga.html?iframe=true&width=95%25&height=95%25>

¹ Existe abundante bibliografía sobre el tema; en este sentido se recomienda ver “El consenso de Roma”, resultado del Congreso Mundial de comunicación para el Desarrollo 2006.

- Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica. (s.f). *Nosotros*. Recuperado de <http://www.aler.org/index.php/aler-institucional>
- Asociación Mundial de Radios Comunitarias. (s.f). Qué es AMARC. Recuperado de <http://alc.amarc.org/node/78>
- Ávila, B., Muñoz, L., Dubois, M., & Carballido, S. (2010). *Las radios comunitarias* [Documental]. Buenos Aires: Locuras animadas. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=edSDeB-rZCo>
- Biblioteca Luis Ángel Arango. (s.f). *El Neoliberalismo*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/poli/poli70.htm>
- Biblioteca Luis Ángel Arango. (s.f). *Teoría de la modernización*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/poli/poli67.htm>
- Cadavid, A. (2006). *Congreso mundial de comunicación para el desarrollo ¿Qué comunicación para cuál desarrollo?* Colombia: Centro de Competencias en Comunicación para América Latina
- Calvento, M. (2006, Mayo-Agosto). Fundamentos teóricos del neoliberalismo: Su vinculación con las temáticas sociales y sus efectos en América Latina. *Convergencia*, (13) ,41-59.
- Conpes. (2008). *Lineamientos de política para el fortalecimiento del servicio comunitario de radiodifusión sonora*. Recuperado de: http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3504_documento.pdf
- Consorcio de Comunicación para el Cambio Social. (2003). Recuperado de http://www.communicationforsocialchange.org/pdf/cfsc_consortium_brochure_spanish.pdf
- Contreras, L., & Ossa, L. (2012). *Radio comunitaria, herramienta clave para el desarrollo social: “Construyendo Sueños”*. (Trabajo de Grado). Universidad de la Sabana. Bogotá, Colombia.
- Cotton, M. (2013). *Devolverle la palabra al pueblo desde la radio*. Recuperado de <http://narrativaradial.com/sitio/devolverle-la-palabra-al-pueblo-desde-la-radio-jose-ignacio-lopez-vigil-en-bs-as/>

- Cruz, I. (s.f). *Desarrollo Humano Sostenible*. Recuperado de http://portalsostenibilidad.upc.edu/detall_01.php?id=208&numapartat=0
- Delgado, J., Quintero, J., Martínez, P., Escobar, D., & Quiñones, N. (2008). *Informe Final, características, alcances sociales e impacto del servicio de radiodifusión comunitario en Colombia*. Bucaramanga, Colombia: Universidad Industrial de Santander.
- Fajardo, M., Toloza, B., Tibaduiza, A., & Marín, A. (2010). *La Radio Comunitaria, una empresa social sustentable: Herramientas para la gestión*. Bogotá, Colombia: Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- Fiske, J. (1985). La teoría de la comunicación. En Herder (Eds) *Introducción al estudio de la comunicación*. (pp.1-17). España: Editorial Herder.
- FM 88.7 La Tribu. (s.f). *Quiénes Somos*. Recuperado de <http://fmlatribu.com/quienes-somos/>
- Foladori, G., & Tommasino, H. (2000). *El enfoque técnico y el enfoque social de la sustentabilidad*. Recuperado de <http://www.ipardes.pr.gov.br/ojs/index.php/revistaparanaense/article/viewFile/253/209>
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2012) Unicef. Recuperado de <http://www.unic.org.co/CINU/Agencias/unicef.pdf>
- Gallegos, M. (2009). El desarrollo humano sustentable no es posible en el capitalismo: La construcción de (algunas) alternativas desde abajo. *Revista Herramienta*. Recuperado de: <http://www.herramienta.com.ar/herramienta-web-3/el-desarrollo-humano-sustentable-no-es-posible-en-el-capitalismo-la-construccion-d>
- Gumucio, A. (2001). *Haciendo Olas Historias de comunicación participativa para el cambio social*. Nueva York: The Rockefeller Foundation

- Gumucio, A. (2003). *Arte de Equilibristas: La Sostenibilidad de los Medios de comunicación Comunitarios*. Recuperado de http://www.infoamerica.org/articulos/textospropios/pdf/arte_equi.pdf
- Hace 60 años se fundó Radio Sutatenza en Boyacá. (2007, 20 de Agosto). *El Tiempo*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3701311>
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid, España: Ediciones de la Torre.
- Lamas, E. (2003). *Gestión integral de la Radio Comunitaria*. Quito, Ecuador: Friedrich-Ebert-Stiftung & Promefes.
- Lizarazo, M., & Saffon, M. (2006, septiembre). Las radios comunitarias tienen derecho. *Un periódico*. Recuperado de <http://historico.unperiodico.unal.edu.co/Ediciones/96/11.html>
- Massoni, S. (2007). *Modelo de Comunicación Estratégica*. Recuperado de <http://octavioislas.files.wordpress.com/2011/08/massoni-modelo-comunicacic3b3n-estratc3a9gica.pdf>
- Mata, M. (2012, 18 de enero) La Radio: Una Relación Comunicativa. *Diálogos de la Comunicación*. Recuperado de <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/74-revista-dialogosLa-Radio-una-relacion-comunicativa.pdf>
- Matta, M. (2012). *Radio Comunitaria* [Archivo de Video]. Recuperado de: <http://www.youtube.com/watch?v=2c1y1yHPVQo>
- McCall, E. (2011). *Comunicación para el desarrollo: Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas*. Recuperado de
- Mejía, D. (2012). *Establecimiento de una franja educativa en la radio comunitaria del municipio de Villapinzón-Cundinamarca, para fortalecer el sentido de pertenencia*. (Trabajo de Grado).Universidad de la Sabana. Bogotá, Colombia.

- Ministerio de Cultura. (2009). *A-prender la radio, herramientas para construir espacios ciudadanos: Estrategias para construir la comunicación desde la participación y la creatividad*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Cultura
- Ministerio de Cultura. (s.f.). *Consejo Nacional de medios ciudadanos y comunitarios*. Recuperado de http://www.redcomunicacioncomunitaria.org/documentos/CONSEJONOV2011/DIRECTIVA_NACIONAL_PLANES_DE_DESARROLLOyCOMUNICACIONCIUDADANAYCOMUNITARIA21nov2011.pdf
- Ministerio de Tecnología de la Información y las Comunicaciones. (s.f.). *Radio Comunitaria*. Recuperado de <http://www.mintic.gov.co/index.php/ministerio-tic/viceministerios/viceministerio-general/direccion-industria/subdireccion-radiodifusion-sonora/radio-comunitaria>
- Ministerio de Tecnología de la Información y las Comunicaciones., & Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2006). Sin preguntas no hay respuestas ¿Cómo hacer radio con y para los niños, niñas y adolescentes? Recuperado de <http://redialcolombia.ning.com/page/plan-de-formacion-municipios-al-dial>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2008). *Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora*. Recuperado de <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/documents/portal/documents/root/Normatividad/Legislacion/DECRETO2805de2008Estatutoderadio.pdf>
- Montells, G. (2010). *Radios Comunitarias y el impacto de las nuevas tecnologías* [Archivo de Video]. Recuperado de http://www.youtube.com/watch?v=XOq9w_qQEyQ
- Moreno, P. (2007). *El debate sobre el desarrollo sustentable o sostenible y las experiencias internacionales de desarrollo urbano sustentable*. Recuperado de

http://www3.diputados.gob.mx/camara/content/download/164083/404773/file/Documento_29_Desarrollo_sustentable.pdf.

- Red Cundinamarquesa de Radios Comunitarias. (2012). Misión. Recuperado de http://www.recco.org.co/?page_id=4
- Rojas, J. (s.f). *Investigación acción participativa*. Recuperado de <http://amauta-international.com/iap.html>
- Obregón, R., & Tufte, T. (2010, 28 de julio). *Edu-entretenimiento y cambio social: Hacia una agenda conceptual*. Recuperado de <http://www.comminit.com/global/node/321368>
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (1995). *El desarrollo sostenible*. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/x5600s/x5600s05.htm#TopOfPage>
- Peppino, A. (1999). *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina*. México: Plaza y Valdés.
- *Plan de desarrollo de Tabio*. (2011). Recuperado de <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pd%20-%20plan%20de%20desarrollo%20-%20tabio%20-%20cundinamarca%20-%202008%20-%202011.pdf>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2010). *Memorias del Seminario Participación ciudadana y servicios públicos. Proyecto Derechos y Desarrollo*. Recuperado de http://www.pnud.org.co/img_upload/36353463616361636163616361636163/_Participaci%C3%B3n.pdf
- Revelados. (2013). *Plataforma edu-entretenimiento + Movilización = Cambio Social*. Recuperado de <http://www.comminit.com/revelados/content/plataforma-edu-entretenimiento-movilizaci%C3%B3n-cambio-social-2>

- Rodríguez, C. (2013). Comunicación ciudadana en Montes de María-Colombia. *Revista luciérnaga*, (9). 99-115. Recuperado de [http://www.politecnicojic.edu.co/luciernaga9/pdf/comunicacion_ciudadana_montes_de_maria_espanol\(si\).pdf](http://www.politecnicojic.edu.co/luciernaga9/pdf/comunicacion_ciudadana_montes_de_maria_espanol(si).pdf)
- Rodríguez, C. (Julio, 2006). *Tres lecciones aprendidas de los medios ciudadanos y comunitarios en Colombia*. Ponencia presentada en el Encuentro Nacional de Medios Ciudadanos organizada por el Ministerio de Cultura, Bogotá, Colombia.
- Rodríguez, C., Obregón, R., & Vega, J. (Ed.). (2002). *Estrategias de Comunicación para el Cambio Social*. Quito, Ecuador: Friedrich-Ebert-Stiftung
- Sader, E., & Gentili, P. (2003). *La trama del neoliberalismo. Mercado, crisis y exclusión social*. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/subida/clacso/se/uploads/20100609030645/latrama.pdf>
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y Libertad*. Barcelona, España: Planeta S.A
- Servaes, J. (2012). Comunicación para impulsar un cambio social sostenible. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/viewFile/39256/37839> quitar si no vuelve aparecer
- Sistema Nacional de Información Cultural. (s.f). Recuperado de http://www.sinic.gov.co/SINIC/Sipa_Conceptos_Comite_Tecnico/ley%20397%20de%201997.pdf
- Solorza, M., & Cetré, M. (2011, Enero- Junio). La teoría de la dependencia. *Republicana*, (10), 137. Recuperado de <http://revista.urepublicana.edu.co/wp-content/uploads/2012/07/La-teoria-de-la-dependencia.pdf>

- The communication Initiative. (2003). *Soul City Institute for Health and Development Communication*. Recuperado de <http://www.comminit.com/node/150545>
- Thomas, A., & Allen, T. (2000). *Poverty and Development into the 21st Century*. Oxford :Oxford University Press
- Tuffe, T. () Mediápolis, seguridad humana y ciudadanía: Comunicación y desarrollo global en la era digital. Recuperado de <http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/download/79/77>.
- Uriarte, A. (2012, 11 de octubre). Comunicación para el cambio social. *El Nuevo Diario*. Recuperado de <http://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/266168>
- Villamayor, C. (2008). *Radios comunitarias, populares y educativas en América Latina*. Recuperado de <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=18939>
- Villamayor, C., & Lamas, E. (1998). *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. Quito, Ecuador: Friedrich-Ebert-Stiftung & Asociación Mundial de Radios Comunitarias.
- Weffort, F. (1994). Notas sobre la <<teoría de la dependencia>>: ¿Teoría de clase o ideología nacional? *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (66), 97-104. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/viewFile/POSO9494220097A/30229>

9. ANEXOS

9.1 – MUESTRAS FÍSICAS TRABAJO DE CAMPO

Anexo 1: Cartas Solicitud convocatoria a las entidades educativas del municipio de Tabio.

Anexo 2: Encuestas de percepción aplicadas a niños y niñas entre 8 y 11 años, del municipio de Tabio

Anexo 3: Encuestas de percepción aplicadas a niños y niñas entre 12 y 15 años, del municipio de Tabio

Anexo 4: Estudio de percepción de grupos focales y entrevistas semi-estructuradas realizadas a niños, niñas y jóvenes del municipio de Tabio

Anexo 5: Conteo general de encuestas aplicado a niños, niñas y jóvenes del municipio de Tabio

Anexo 6: Mapa de actores realizado a la comunidad del municipio de Tabio Cundinamarca

Anexo 7: Carta de presentación del proyecto “La Hora del Parche” a las instituciones educativas del municipio de Tabio

Anexo 8: Carta alianza local dirigida a la alcaldía local del municipio de Tabio referente al día internacional del niño

Anexo 9: Volante realizado, en el municipio de Tabio, para la convocatoria de la Franja Radial Infantil “La Hora del Parche”

Anexo 10: Formatos de capacitaciones de la Franja Radial Infantil “La Hora del Parche”

Anexo 11: Cuentos escritos por los niños, niñas y jóvenes de la “Hora de la Parche”

Anexo 12: Simulacros de libretos generados en las capacitaciones de la “Hora del Parche”

Anexo 13: Imagen del *Fan page* y del *Blog* de la “Hora del Parche” y del *Blog* de la “Hora del Parche” en la web

Anexo 14: Entrega de Cd, video institucional de la “Hora del Parche” y video de patrocinio realizado por Pan Pa Ya

Anexo 15: Retroalimentación de los niños, niñas y jóvenes de la “Hora del Parche”

Anexo 16: Diplomas otorgados a los niños, niñas y jóvenes de “La Hora del Parche” por su participación en el proceso

Anexo 17: Entrega Cd. De Cuentos sonoros realizado por los niños de “La Hora del Parche”

Anexo 18. Carta de agradecimiento de la alcaldía del municipio de Tabio a “La Hora del Parche”

Anexo 19: Autorización de los padres de familia de los niños, niñas y jóvenes del municipio de Tabio para que participen en la Franja Infantil de “La Hora del Parche”

Anexo 20: Cartas de certificación, convenio, Universidad de la Sabana, practicantes sociales y convenio con el Seminario de Comunicación Para el Desarrollo

Anexo 21: Cartas de solicitud de patrocinio de “La Hora del Parche” a la empresa Pan Pa Ya

Anexo 22: Trabajos realizados por los practicantes sociales, de la Universidad de la Sabana, a la “La Hora del Parche”

OTROS

Anexo 23: Entrega de Cd. Muestras digitales del trabajo de Campo de la Franja Radial Infantil “La Hora del Parche”

Anexo 24. Perfiles profesionales de los integrantes de la Franja Radial Infantil “La Hora del Parche”

Anexo 25: Carta de agradecimiento Radio Juaica Stereo a la profesora Lydda Gaviria por el trabajo de los estudiantes de la materia de Investigación de proyectos, del seminario de desarrollo, en la “Franja Infantil la Hora del Parche”

Anexo 26: Carta de agradecimiento Radio Juaica Stereo a la Universidad de la Sabana por el trabajo que realizaron los estudiantes en la Franja Infantil “La Hora del Parche”

Anexo 27: Cartas de certificación de la emisora Radio Juaica a los directivos de la Franja Radial Infantil de “La Hora del Parche”

Anexo 28: Carta certificación Asesor de tesis, para la entrega del presente trabajo