

**MONOGRAFÍA DE GRADO**

**COTIDIANA 107.4 F.M.  
LA NUEVA RADIO COMUNITARIA  
EN COLOMBIA**

**JORGE DEL CASTILLO PLATA  
SANTIAGO LAVERDE ROLDÁN**

**SANTAFÉ DE BOGOTÁ  
UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO  
2000**

**MONOGRAFÍA DE GRADO**

**COTIDIANA:  
LA NUEVA RADIO COMUNITARIA  
EN COLOMBIA**

**Presentado por:  
JORGE DEL CASTILLO PLATA  
SANTIAGO LAVERDE ROLDÁN**

**Presentado como requisito final de grado  
en la Facultad de Comunicación Social y  
Periodismo en La Universidad de la  
Sabana.**

**Presentado a: Consejo de la Facultad**

**SANTAFE DE BOGOTÁ  
UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**

**2000**

## 0. INTRODUCCIÓN

Los alumnos Jorge Del Castillo Plata y Santiago Laverde Roldán presentan el proyecto, ya tangible, *Cotidiana: La Nueva Radio Comunitaria en Colombia*, como Monografía de Grado con el fin de obtener el título de Comunicadores Sociales y Periodistas en la Universidad de la Sabana.

Con la presentación del proyecto se busca dar a conocer cuál es el proceso de creación, administración y consolidación de una emisora comunitaria en Colombia, y a partir del ejemplo de Cotidiana 107.4 f.m. dar una nueva concepción de la misma.

El proyecto que se expone a continuación, siendo hoy por hoy una realidad, contiene un marco teórico en el cual se describe el proceso de montaje, administración y funcionamiento de la emisora y de la empresa que la dirige. La presentación teórica está dividida en tres etapas, las cuales a la vez fueron las mismas que se vivieron durante el proceso del proyecto. Estas etapas son: Planeación, Estructuración y Consolidación.

La segunda parte, que bien puede ser entendida a manera de conclusión, expone la visión que tienen los autores sobre la radio comunitaria en Colombia y presenta el nuevo concepto que ellos tienen sobre la misma; un concepto moderno, actualizado y revitalizado que se busca sirva de ejemplo para muchas otras

comunidades y personas que estén interesadas por las comunicaciones comunitarias.

Para finalizar, los autores realizan una invitación a quienes todavía no ven muy claras las ventajas y probabilidades de los medios de comunicación comunitaria en el país, brindando un listado pormenorizado de los requisitos necesarios para montar una emisora de esta índole en Colombia, los cuales son muy semejantes a los de cualquier otro país Latinoamericano.

Esta es la presentación de un proyecto que tiene casi tres años de existencia; un proyecto que expone un camino para la creación de una empresa y a la vez de un medio de comunicación; es un proyecto que dejó de ser una bella durmiente para convertirse en un sueño hecho realidad.

## 1. JUSTIFICACIÓN

Algunos de los intereses que expresa la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de la Sabana al momento de incentivar monografías y tesis de grado son la construcción de empresas de comunicación y el desarrollo de trabajos de grado que sean en pro de una comunidad, bien sea de manera individual o en equipo con miembros de la Universidad o con personas ajenas a la misma.

El proyecto Emisora Comunitaria Cotidiana 107.4 f.m. es un proyecto de radio comunitaria que busca colaborar con el desarrollo y promoción de un municipio ubicado en la cabecera de la capital de la República. Es un proyecto que nació en diciembre de 1997 y que ya está iniciando su segundo año de labores.

La radio comunitaria en Colombia es un espacio de participación que ha sido mal aprovechado y tergiversado por la sociedad colombiana. Son muchos los que entienden por emisora comunitaria una radio pirata, clandestina, de baja calidad técnica y de mala programación, o simplemente una radio de pueblo.

Este proyecto es un ejemplo para otras radios comunitarias e incluso para emisoras comerciales y privadas; es un ejemplo de cómo los jóvenes universitarios sí pueden retribuir a la sociedad todos los

beneficios que han recibido y es un ejemplo de cómo una comunidad bien organizada puede manejar sus propios medios de comunicación.

Cotidiana 107.4 f.m. nació de la iniciativa de cinco jóvenes universitarios de distintas facultades y carreras que enfocaron parte de sus conocimientos académicos al servicio de una comunidad; y aun cuando la emisora es un medio de comunicación y a la vez un proyecto universitario que posee un esquema social y un perfil profesional, es claro que ya está obteniendo resultados. Por eso los autores consideran oportuno y pertinente presentarla como monografía de grado para poder obtener el título de Comunicadores Sociales y Periodistas en la Universidad de la Sabana.

## **2. TABLA DE CONTENIDOS**

### **0. INTRODUCCIÓN**

### **1. JUSTIFICACIÓN**

### **2. TABLA DE CONTENIDOS**

### **3. OBJETIVOS**

#### 3.1. Generales

#### 3.2. Específicos

### **4. EMISORA COMUNITARIA COTIDIANA 107.4 f.m. COMO ORGANIZACIÓN Y COMO EMPRESA RADIAL**

#### 4.1. Presentación General

#### 4.2. Planeación

##### 4.2.1. Información General

##### 4.2.2. Misión

##### 4.2.3. Visión

##### 4.2.4. Objetivos

###### 4.2.4.1. Objetivos Generales

###### 4.2.4.2. Objetivos Específicos

##### 4.2.5. Cuadro Explicativo de la Planeación

##### 4.2.6. Organización de Valores

###### 4.2.6.1. Los Valores de Cotidiana

###### 4.2.6.1.1. Los Pasos

###### 4.2.6.1.2. Las Herramientas

###### 4.2.6.2. Cuadro Explicativo de la Organización de Valores

#### 4.3. Estructuración del Proyecto

##### 4.3.1. Organigrama Institucional

##### 4.3.2. Áreas: Comercial, Jurídica y Administrativa

4.3.3. Cuadro Explicativo de Funciones y Deberes de las Áreas y de los Comités

4.3.4. El Área Radial

4.3.4.1. Características Generales

4.3.4.2. Comité de Programación

4.3.4.2.1. Plan de Programación

4.3.4.2.2. Horario de Programación

4.3.4.3. Comité de Producción

4.3.4.3.1. Funcionamiento y Estructura de Cotidiana 107.4 f.m.

4.3.4.3.2. Servicios

4.3.4.4. Comité Técnico

4.3.4.4.1. Producción y Transmisión de Cotidiana

4.3.4.4.1.1. Control y Producción

4.3.4.4.1.2. El Sistema Irradiante

4.3.4.4.2. Cuadro Explicativo del Funcionamiento Técnico de la Emisora

4.4. Consolidación e Impacto Comunitario

4.4.1. Movilizaciones

4.4.2. Proyección Social de la Programación

4.4.3. Participación Comunitaria en la Programación

4.4.4. Transmisiones Especiales

4.4.5. Vinculación al Municipio

4.4.6. Programación Especial

4.4.7. Entrevistas

4.4.8. Eventos

4.4.9. Cuadro Explicativo del Impacto Comunitario

## **5. UNA VOZ QUE SE VUELVE LA VOZ DE TODOS**

5.1. El Micrófono como Excusa

5.2. Los Pilares que definen a Cotidiana 107.4 f.m. como una verdadera Radio Comunitaria

5.2.1. Educación, Información y Entretenimiento

5.2.2. Participación, Proyección y Movilización

5.3. Promoción de la Comunidad

5.4. Cuadro Explicativo de los Pilares

## **6. ANEXOS**

6.1. El Reto; una Oportunidad

6.1.1. Introducción

6.1.2. Requisitos para una Emisora Comunitaria

6.1.2.1. Requisitos Humanos

6.1.2.2. Requisitos Jurídicos

6.1.2.3. Requisitos Técnicos

6.1.2.4. Requisitos Físicos

6.1.2.5. Requisitos Económicos

6.1.3. La Invitación

6.2. Presentación CD-ROM

6.3. Ejemplos de cuñas de Cotidiana

6.4. Vida Cotidiana (1,2,3 y 4)

## **7. CONCLUSIONES**

## **8. BIBLIOGRAFÍA**

### 3. OBJETIVOS

#### 3.1. Objetivos Generales

- La creación de empresas y de medios de comunicación es vista por estudiantes y por profesionales como un proyecto utópico, lleno de obstáculos y económicamente poco viable. Por medio de la presentación del proyecto Emisora Cotidiana 107.4 f.m. los autores buscan romper ese paradigma y servir de ejemplo para nuevos proyectos de la misma índole.
- Así mismo, la radio es uno de los medios masivos de comunicación más importante que ha surgido en la historia de la humanidad; fue tal su alcance y radio de influencia que se convirtió en un motor de desarrollo para las sociedades organizadas, pero que desafortunadamente cayó en manos de personas interesadas exclusivamente en los beneficios lucrativos. A partir de este proyecto se busca demostrar que los medios de comunicación más que una empresa deben ser un servicio dirigido hacia la comunidad, promotor de desarrollo y beneficio continuo.
- “La Radio Comunitaria surgió como una respuesta al fracaso de la radio local en Gran Bretaña. Como en todas partes, sus objetivos eran tanto la reforma de las estructuras como la apertura de un espacio para emisoras autónomas de control local”<sup>1</sup>. Cuando la

---

<sup>1</sup> El Medio Invisible. Radio Pública, Privada, Comercial y Comunitaria. Peter M. Lewis y Jerry Both. Editorial Paidós. 1999. Barcelona

radio era local cumplía a cabalidad su papel de medio vinculante, informativo y promotor de una comunidad que perseguía un mismo propósito. Con Cotidiana 107.4 f.m. los autores intentan demostrar que el rol formador de comunidad se está recuperando con la radio comunitaria mediante espacios de participación para comunidades.

- Con el acelerado avance en la tecnología de las telecomunicaciones solamente las emisoras que fueron lucrativas lograron mantenerse bien posicionadas, las demás, entre ellas las comunitarias, perdieron prestigio y hoy día son consideradas radios piratas, clandestinas, de barrio o de pueblo, que no pueden contar con los recursos técnicos, humanos y financieros suficientes para alcanzar un nivel respetable de audiencia.

Los autores, por medio de este proyecto, quieren compartir su experiencia y demostrar que la radio comunitaria es un medio de gran influencia para la comunidad, que sí puede poseer los recursos necesarios para generar un producto de alta calidad y que puede contar con la mejor materia prima que cualquier emisora puede tener; una comunidad propia.

- La radio se fundamenta en los pilares básicos de los medios de comunicación Educar, Informar y Entretener; los dos últimos casi siempre se llevan a cabo, pero el primero casi nunca se realiza o si se hace es de forma muy simplista.

A partir del impacto comunitario alcanzado por Cotidiana 107.4 f.m. y su convicción de ser un medio generador de progreso y desarrollo para una comunidad, los autores expondrán la necesidad de emplear los tres pilares fundamentales, haciendo énfasis en la educación, y de sumar tres pilares más para que los medios de comunicación cumplan con el que debería ser su verdadero rol social.

- Existe una legislación que permite la formación de radios comunitarias y es una lástima que sean tan pocas las personas y comunidades que se le midan al reto de crear y organizar un medio radial de comunicación comunitario. Los medios están dados y son muy pocos los que los están aprovechando.
- Finalmente se busca que este proyecto sirva de invitación para que sean más las personas que tomen la decisión y aporten un grano de arena a la sociedad, creando más y mejores medios de comunicación comunitarios, pues los autores creen que a Colombia lo que le hace falta es cultivar ese sentimiento de comunidad que se ha fragmentado desde su núcleo mismo.

### **3.2. Objetivos Específicos**

- Mostrar cuál es el proceso que implica la creación de una emisora radial comunitaria.

- Presentar una nueva concepción de radio comunitaria a partir de la experiencia vivida en Cotidiana 107.4 f.m. que permita a la sociedad entender lo importante y beneficiosa que éstas pueden llegar a ser para las distintas comunidades que conforman el país.
- Conocer y comprender cuáles son y deben ser las banderas de la radio, en especial de la comunitaria, partiendo de las bases de la teoría de la comunicación hasta llegar a los factores diferenciadores de un medio de comunicación comunitario.
- Presentar los procesos de planeación, estructuración y consolidación llevados a cabo por la Emisora Comunitaria Cotidiana 107.4 f.m. durante su primer año y medio de funcionamiento.
- Invitar a que más personas y comunidades se le midan al reto de organizar su propia emisora comunitaria.

#### **4. EMISORA COMUNITARIA COTIDIANA 107.4 f.m. COMO ORGANIZACIÓN Y COMO EMPRESA RADIAL**

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

empresas con recursos humanos, técnicos y financieros. Para lograrlo es necesario hacer una planeación estratégica normal, que incluya visión, misión, objetivos y estructura de empresa”<sup>2</sup>

#### **4.1. Presentación General**

El escritor Jorge Luis Borges dijo un día “seamos realistas; pidamos lo imposible” y en su momento, es decir hace dos años, un grupo de jóvenes universitarios soñaron con montar una empresa social, una emisora de radio comunitaria; pidieron lo imposible... y hoy por hoy ese sueño, ese proyecto, es una realidad.

La Emisora Comunitaria Cotidiana 107.4 f.m. no salió de la nada: hubo meses enteros de planeación para tratar de definir qué era exactamente lo que se buscaba; cómo se iba a lograr; de dónde se obtendrían los recursos y bajo qué parámetros funcionaría el proyecto...

En general, para llevar a cabo esta gran idea, la cual día a día sigue consolidándose, fue necesario pasar por tres etapas de desarrollo: la de Planeación, la de Estructuración y la de Consolidación. La primera duró aproximadamente un año, al igual que la segunda; la tercera, etapa en la cual se encuentra actualmente, es imposible de determinar cuánto durará, pues si se parte del punto de que siempre queda mucho por hacer, la consolidación es un proceso de nunca acabar.

---

<sup>2</sup> Revista Uno, Dos, Tres Probando. Ministerio de Comunicaciones de Colombia. Enero de 1997 pag 15

## 4.2. Planeación

Esta es la primera etapa en todos los proyectos y por ende la más importante, pues en ella se definen las bases y cimientos de todo lo que está por venir.

La primera vez que estos jóvenes universitarios hablaron de montar una emisora comunitaria fue en un almuerzo organizado por ellos mismos en el Hotel Cosmos 100, en Santafé de Bogotá, un día de diciembre de 1997. Ellos contaban con un dinero, el cual habían obtenido con algunos proyectos anteriores, y querían definir en qué invertirlo. Al mismo tiempo, el gobierno del presidente Ernesto Samper hacía un llamado para licitar frecuencias de radio por medio del Ministerio de Comunicaciones.

Contando con el apoyo de la Asociación Casa Santa Cruz, y teniendo la situación coyuntural del dinero para ser invertido y el proceso licitatorio, se tomó una decisión; se montaría una emisora de radio comunitaria. El primer paso fue elaborar una propuesta que definiera los recursos necesarios (humanos, técnicos, físicos y económicos) y las primeras personas en verla fueron los miembros de Casa Santa Cruz, quienes a la larga eran los dueños de la frecuencia ya que ellos habían aportado la personería jurídica en el proceso de adjudicación de la frecuencia.

Esa primera propuesta tenía como finalidad buscar una serie de inversionistas que creyeran en el proyecto, pues las cifras de inversión oscilaban entre los quince y los treinta millones de pesos.

---

Se hicieron muchas otras presentaciones a diferentes grupos y se buscó gente que le interesara invertir en la idea; finalmente y después de muchos esfuerzos se recaudaron treinta millones de pesos.

El segundo paso consistió en la creación y consolidación de la empresa que se encargaría del know how y la prestación de servicios que manejaría la emisora. Cabe anotar que los cinco universitarios forman parte del grupo de inversionistas, pero que a la vez conforman una empresa llamada Invercota S.A. que es la encargada de prestar el servicio de administración de la emisora a la Asociación Casa Santa Cruz, dueña de la misma.

Ya se tenía la empresa, los recursos económicos y la idea; era momento entonces de plasmar el proyecto en el papel; definir una misión, una visión, unos objetivos y unos valores. En otras palabras darle rumbo y direccionamiento al proyecto.

A continuación se presentará ese direccionamiento partiendo de una información básica que permite conocer qué es Emisora Comunitaria Cotidiana 107.4 f.m.

#### **4.2.1. Información General**

El proyecto de la emisora comunitaria del municipio de Cota, Cundinamarca, Cotidiana 107.4 f.m., nació en diciembre de 1997 y salió al aire el tres de diciembre de 1998. Actualmente funciona con la

licencia No.000299 del 5 de febrero de 1998 que a su vez le fue otorgada a la Asociación Casa Santa Cruz, asociación sin ánimo de lucro, la cual lleva trabajando más de diez años en favor del municipio y dedicándose principalmente al trabajo con los jóvenes.

La transmisión de la frecuencia tiene una potencia de 200w siguiendo al pie de la letra las disposiciones del Ministerio de Comunicaciones (potencia suficiente para cubrir todo el espacio correspondiente al municipio de Cota). Actualmente cuenta con una programación de doce horas diarias durante los 365 días del año y sus instalaciones cuentan con los recursos técnicos y físicos apropiados para la elaboración, producción y locución de programas radiales dirigidos hacia la comunidad cotense en medio de un ambiente laboral agradable.

Su programación tiene como público objetivo a la comunidad rural y urbana del municipio de Cota, aproximadamente unos 14.000 habitantes, sin desconocer su evidente influencia sobre los municipios aledaños, localidades de la capital y el norte de Santafé de Bogotá.

La firma responsable del montaje, administración y prestación de servicios (know how) de la emisora se llama Invercota S.A, organización conformada por cinco estudiantes universitarios de distintas carreras, entre los cuales se encuentran los autores de este trabajo, quienes han decidido enfocar parte de su tiempo al servicio de la comunidad.

El proceso de planeación, estructuración y consolidación del proyecto Emisora Cotidiana 107.4 se dio gracias a la distribución del trabajo en cuatro áreas principales desde el momento mismo de su creación: Área Radial, Área Administrativa, Área Jurídica y Área Comercial, las cuales presentan un informe trimestral a la Junta Directiva conformada por miembros de la Asociación Casa Santa Cruz y de Invercota S.A.

#### **4.2.2. Misión**

La misión de Emisora Cotidiana 107.4 f.m. es “ser un aporte para el desarrollo de la comunidad cotense y sus alrededores, para generar una democracia descentralizada y justa, contribuir con el cambio de actitudes de los ciudadanos hacia su comunidad, inculcando a profundidad los principios católicos, el respeto, el bienestar, el amor por la patria y por la naturaleza”.

#### **4.2.3. Visión**

“La Emisora Cotidiana 107.4 f.m. se proyecta como el medio de comunicación más influyente para Cota, con el fin de constituirse como modelo de radio comunitaria y participativa en Colombia y como motor de desarrollo socioeconómico del municipio”.

#### **4.2.4. Objetivos**

##### **4.2.4.1. Objetivos Generales**

Emisora Cotidiana 107.4 f.m. tiene como función principal servir de enlace entre todos los organismos gubernamentales y no gubernamentales, con las personas y entidades radicadas en el municipio, con el objetivo de impulsar el desarrollo y bienestar de la comunidad, brindando soluciones a los problemas que le afectan, promoviendo nuevas ideas que impulsen su desarrollo religioso, cultural, social, económico y político.

Emisora Cotidiana 107.4 f.m. debe educar, informar y entretener a la comunidad cotense, trabajando por ser ente promotor de procesos de educación, culturización y desarrollo entre los habitantes del municipio y sus alrededores.

Debe ser una empresa generadora de actividades que fomenten la creación de una verdadera comunidad, sirviendo como medio facilitador de procesos entre la comunidad y el Estado.

Debe luchar por mejorar las condiciones de vida, sociales, económicas y culturales de los habitantes de Cota difundiendo principios, valores, hábitos y virtudes que enriquezcan el valor humano y cívico de la comunidad.

#### **4.2.4.2. Objetivos Específicos**

Emisora Cotidiana 107.4 f.m. debe servir como medio de comunicación de la comunidad a través de la participación ciudadana, empleando la actividad radial para fomentar el desarrollo de proyectos de índole comunitario.

Debe servir de intermediario entre los habitantes de la comunidad y los diferentes órganos administrativos del municipio, como la policía, alcaldía, parroquia, juntas de acción vecinal, etc. Igualmente debe promover programas de desarrollo académico, cultural y social.

Sus mensajes deben incentivar la participación ciudadana en los asuntos del municipio fomentando así un sentimiento de pertenencia a la comunidad.

El trabajo que realice deberá colaborar con la comunidad aportando soluciones para los distintos problemas de infraestructura que presenta el municipio. Debe colaborar con la comunidad en todas sus actividades de recreación, educación, información y progreso.

El proyecto de radio comunitaria que se está construyendo debe involucrar a más personas para que se conviertan en promotores activos del proyecto. Igualmente debe vincular Asociaciones, Organizaciones y Entidades interesadas en promover el desarrollo social del municipio.

#### 4.2.5. Planeación

#### 4.2.6. Organización de Valores

Dentro de la cultura organizacional de Cotidiana 107.4 f.m se encuentra, como base y cimiento de todo el ambiente laboral, la Organización de Valores, la cual busca hacer posible que todos los integrantes de la organización hablen el mismo idioma y tengan un mismo norte. En la medida en que las personas apunten a las mismas ilusiones, metas y proyectos, y/o éstas se nutran por la participación y constante innovación por parte del equipo se obtendrán mejores resultados. Resultados que en el caso de Cotidiana no se miden en ventas o en dinero, sino en experiencia para todos y en una verdadera educación para la audiencia.

##### 4.2.6.1. Los Valores de Cotidiana

Los valores de Cotidiana 107.4 f.m. se dividen según la relación con el medio y con el fin: se dividen en los valores de los grupos humanos, los valores de los pasos o procesos y los valores de las herramientas.

- ***Los Grupos Humanos:*** dentro del proyecto se considera que existen 4 grupos que entre sí están interrelacionados y hacen parte estricta de la organización: ***los oyentes***, grupo por el cual se trabaja y a quien van dirigidos todos los mensajes de fondo de Cotidiana 107.4 f.m.; ***los funcionarios***, grupo que labora y constituye el alma y motor de la empresa; ***los dirigentes***, grupo que coordina y planea las acciones del

resto de los miembros, y por último, *los clientes*, grupo dentro del cual están las empresas que apoyan el proyecto, los anunciantes y las distintas instituciones con las cuales existe alguna relación.

Cada uno de estos grupos forma parte de la organización y los papeles del uno los puede ejercer el otro y así sucesivamente. Este es un ejemplo:

“Un funcionario sirve como cliente cuando decide servirse de algún beneficio de la emisora o se convierte en oyente cuando hace algún comentario, o cuando actúa en determinada manera gracias a la información que se emite. De la misma manera un cliente es un oyente ya que está al tanto de cómo sus productos se anuncian en la emisora o simplemente porque hace parte de la audiencia. Los dirigentes tienen que estar haciendo las veces de funcionario; deben ponerse “en los zapatos del funcionario” y a la vez tienen que ser oyentes para examinar la transmisión”. En fin, en Cotidiana 107.4 f.m. todos son importantes y todos “ocupan” el mismo lugar.

#### **4.2.6.1.1. Los Pasos**

Todo proyecto lleva un proceso y en todo proceso existen unos pasos que no se pueden saltar o dejar de cumplir. Deben tener un orden, algo así como un seguimiento o conducto regular. El fin, por cual se siguen estos pasos, es llegar a ser una Organización Empresarial de tal

manera que todos los días se estructure cada vez mejor el nombre de la emisora.

Los pasos son los siguientes:

1) Cada uno de los miembros debe tener una *Visión General* de la empresa, debe conocer sus proyectos, su estado actual, sus políticas internas y, desde luego, todos deben conocerse entre sí. Solo de esta manera se puede llegar a tener unas *Virtudes*, las cuales deben ser el sello exterior y a la vez el esquema de desarrollo de la emisora como un lugar ideal para trabajar.

2) Lo que mueve a quienes pertenecen a la emisora es el *Trabajo* el cual es considerado como el valor principal. En la medida en que haya más trabajo, habrá más *Amor por la empresa*. Estos dos valores son el punto de partida para que las cosas se hagan bien y de manera excelente. En Cotidiana 107.4 f.m. se produce, en términos radiales, con *Calidad Total*, no sirve el 99.9%, solo sirve el 100%. Y de ahí la razón para procurar nunca bajar la guardia. Pero gracias al amor por la empresa y al trabajo, el 100% se convierte también en un valor más que todos deben compartir.

3) El Mejoramiento Continuo en todas las gestiones de la emisora debe estar presente en el pensamiento y en la obra de cada uno de los miembros. Una de las políticas es: "*Trataré de hacer mejor lo que siempre hago bien*". Cada día que pasa, la emisora debe estar mejor.

Esto solo se logra si hay conciencia de *Equipo* y de que el trabajo individual y aislado no genera buenos resultados. Se debe explotar el *interés por la Empresa* y procurar un *Clima agradable* y amistoso para laborar, donde todos se apoyen y cada uno nutra el proceso de los demás.

4) Cotidiana 107.4 f.m. busca ser una emisora, desde todo punto de vista, nueva. Y para ello es fundamental que todos sus miembros busquen *Innovar*, que sean creativos, que exploren nuevos campos para el desarrollo de sus funciones, que inventen estilos y que siempre sean curiosos.

En este paso se deben estimular y explotar aun más las virtudes que ya se tienen; de esta manera el ciclo empezará de nuevo con mayor fuerza y vigor.

#### **4.2.6.1.2. Las Herramientas**

En el proyecto de la emisora se considera que las *Auditorias* se constituyen como un método sano y práctico para lograr el Mejoramiento Continuo del que ya se ha hablado. Estas simplemente son agrupaciones de miembros, las cuales se turnan cada mes para analizar con profundidad cómo se están llevando a cabo las labores de todos y de cada una de las dependencias de la emisora. Esto con el fin de detectar problemas y darles una solución mediante un previo

estudio con estrategias y/o de exaltar y potencializar los aciertos y virtudes que va adquiriendo el equipo.

Por otro lado, se hacen ejercicios constantes para establecer prioridades dentro de los miembros en los que el interés de cada persona nunca debe estar coartando o por encima del interés de la empresa.

Esta estructura organizacional deberá ser conocida por todos y difundida constantemente dentro de la empresa.

#### **4.2.6.2. Organización de Valores**

### **4.3. Estructuración del Proyecto**

Teniendo una misión, una visión, unos objetivos y unos valores, se puede tener una percepción global de los que son la finalidad y la razón de ser de este proyecto comunitario. Es entonces cuando se puede empezar a dar los primeros pasos en la estructuración; en términos arquitectónicos “ya están los cimientos, es hora de empezar a echar ladrillos”.

Un primer paso en la estructuración es saber quién, qué y cómo se van a realizar las distintas tareas que son necesarias para el buen funcionamiento de la emisora. Para ello es necesario crear un

organigrama dentro de la empresa y distribuir funciones, responsabilidades y deberes dentro de las Áreas y los Comités.

Teniendo la frecuencia asignada por el Minsiterio, los recursos económicos y el capital humano, lo restante por hacer es conseguir los recursos de infraestructura (adquisición de equipos, instalación y prueba de los mismos) y elaborar un plan de programación que pueda ser llevado a cabo.

A finales de noviembre de 1998 se tenían todos los recursos técnicos y físicos necesarios para salir al aire; lo que quedaba por hacer era emitir la señal, estructurar la programación, poner a funcionar las distintas áreas y vincular a la comunidad con el proyecto. En pocas palabras poner a producir a la empresa y a funcionar la emisora.

#### **4.3.1. Organigrama Institucional**

#### **4.3.2. Áreas Comercial, Jurídica y Administrativa**

El trabajo que se realiza en Cotidiana 107.4 f.m. está coordinado por Invercota S.A., empresa prestadora de servicios y encargada del know how de la emisora, la cual ha distribuido el trabajo en cuatro grandes áreas que a la vez se dividen en comités; estas áreas son: Área Radial, Área Jurídica, Área Comercial y Área Administrativa.

### ***El Área Administrativa:***

El área administrativa de la emisora es fundamental para la coordinación del correcto funcionamiento de la misma. Debe velar por el adecuado mantenimiento de ella, dirigir las políticas estratégicas y manejar los recursos disponibles de la mejor forma posible. Es la que reúne a las otras tres áreas con el fin de cumplir los objetivos propuestos acordes con las situaciones que se prevén y que se van presentando.

Igualmente es la encargada de velar por la estructura organizacional, porque se respeten los conductos regulares y porque los direccionamientos y políticas establecidas por la Junta Directiva se respeten y se cumplan.

Tiene bajo su responsabilidad el Departamentos Financiero y el Departamento de Recursos Humanos: el primero, responde por todos los aspectos de tesorería, contabilidad, cartera y manejo de caja; el segundo, a todo lo relacionado con el personal de la emisora y al manejo de las comunicaciones internas y externas, y velar porque dentro de Cotidiana 107.4 f.m se respire un clima organizacional apropiado para todos sus colaboradores.

### ***El Área Comercial***

Con el fin de conseguir los recursos necesarios para el sostenimiento y

mejoramiento de Cotidiana 107.4 f.m. se han establecido un estricto plan de mercadeo que define el grupo objetivo, la estrategia de ventas, las plazas de ventas, el portafolio de productos y servicios, el paquete publicitario, y las estrategias de identidad corporativa y relaciones públicas de la emisora que es coordinado por los miembros del Área Comercial; en pocas palabras, tiene la responsabilidad de conseguir los recursos económicos necesarios para el buen mantenimiento y funcionamiento de la emisora.

### ***El Área Jurídica***

Desde el momento mismo en que se empezó a trabajar en el proceso licitatorio para obtener la frecuencia radial ante el Ministerio de Comunicaciones, fue importante consolidar un Área Jurídica con el objeto de mantener informados y controlados todos los procesos que la administración impone y las necesidades cotidianas que así lo exigen.

La importancia de esta Área trasciende particularmente en 4 campos jurídico-prácticos que se deben tener en cuenta: el precontractual, el campo contractual o licitatorio, el campo de la organización y estructuración interna, y el campo comercial como campo específico.

### **4.3.3. Funciones y Deberes de las Áreas y de los Comités**

#### **4.3.4. El Área Radial**

Esta es la última de las cuatro áreas de trabajo que diseñó Invercota S.A.; por ser este trabajo una monografía de grado de estudiantes de comunicación social y periodismo se hará especial énfasis en ella.

##### **4.3.4.1. Características Generales**

Esta Área tiene bajo su cargo todos los aspectos de la programación, de la producción y las generalidades técnicas.

El Área Radial está dividida en tres comités que son: el comité de producción; el comité de programación y el comité técnico; aunque cada uno de ellos tiene sus propias funciones, entre sí todos están estrechamente ligados.

##### **4.3.4.2. Comité de Programación**

“Una programación es mucho más que la suma de programas. Una programación implica pensar e imaginarse cada programa, construirlo y organizarlo de modo que llenemos todos los espacios de nuestras emisiones; es preguntarse cuándo sale al aire, qué días; a qué hora; a quiénes va dirigido; y de qué forma supera a la competencia con que se enfrenta”.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Revista Uno, Dos, Tres Probando. Ministerio de Comunicaciones de Colombia. Enero de 1997. Pag 12

La creación, dirección y coordinación de todos y cada uno de los programas que se transmiten en la programación de Cotidiana 107.4 f.m. están a cargo del comité de Programación. Para ello existe un plan de programación que en lo que va corrido del primer año de funcionamiento se ha tratado de cumplir al máximo.

#### **4.3.4.2.1. Plan de Programación**

El plan de programación concebido por Cotidiana 107.4 f.m. incluye todo tipo de programas cuya información esté especialmente dirigida a la comunidad de Cota y cuyos contenidos sean formadores, educadores y generadores de desarrollo. El plan que se formuló originalmente, previo a salir al aire, estaba basado en temas de interés general, participativos y educativos.

En su momento se planearon sectores estratégicos en la programación y la mayoría de los cuales ya están siendo ejecutados dentro de la programación.

Esos sectores estratégicos son los siguientes: Culinaria, Temas Agrarios, Cívica y Urbanidad, Temas Comunitarios, Cultura y Arte, Deportes, Derechos Humanos, Ecología, Entrevistas, Evangelización, Historia Local y regional, Humanística, Humor, Información, Información y Noticia, Opinión, Participación Local, Problemática Social, Salud y Variedades.

#### **4.3.4.2.2. Horario de Programación**

#### **4.3.4.3. Comité de Producción**

Este comité tiene a su cargo el control de los equipos de estudio y tiene que entenderse con el comité Técnico para asuntos relacionados con los aparatos de la transmisión y todo lo referente a la señal.

##### **4.3.4.3.1. Funcionamiento y Estructura de Cotidiana 107.4 f.m.**

La Dirección de la emisora es la responsable del Comité y tiene a su cargo a los operadores de audio, al jefe de archivo y a los productores. A continuación se realizará un bosquejo de los que son sus funciones dentro de la emisora.

- Los Operadores de Audio (controles) son las personas encargadas de producir todos los programas de la emisora. A la fecha son cuatro y cada uno de ellos tiene un horario con diferente intensidad, pues algunos tienen más experiencia que otros. Los operadores manejan los equipos de control y en cada programa también tienen funciones de coordinador o asistente técnico, es decir; estar pendientes del teléfono por si es pertinente sacar alguna llamada al aire; prestar colaboración al operador a la hora de buscar algún tema musical y ponerlo a rodar; mandar mensajes entre cabinas para resolver inquietudes o problemas que se presentan en el desarrollo del programa; recibir a los invitados que van a ser entrevistados al aire, entre otras.

Hay programas que exigen mayor destreza en el manejo de los equipos y otros en los que simplemente se necesita saber manejar la consola y alguno que otro equipo más. Por ejemplo, no es lo mismo producir un noticiero, que tiene fondos musicales, spots de presentación de secciones, llamadas al aire, más de 4 locutores, etc., y en donde todo es rápido e inmediato, a producir un programa musical típico en el que se anuncia una canción por micrófono y se manda al aire.

- El Jefe de Archivo es quien debe surtir a los demás controles con información pregrabada y escrita en el momento en que se necesite. Así mismo, está constantemente actualizando la colección de la emisora de entrevistas, grabaciones de transmisiones especiales y de programas que ameriten ser registrados.
- Los productores, que básicamente son algunos de los mismos operadores de audio, tienen como tarea primordial realizar cuñas (institucionales y comerciales) y hacer la edición de programas especiales que se tengan que emitir.

#### **4.3.4.3.2. Servicios**

El comité de producción es el motor de la emisora en cuanto a todo lo que se va a recibir en el radio gracias a la señal transmitida. El Comité de Producción tiene la misión de elaborar todas las cuñas institucionales para las entidades que participan en la emisora, así

como las distintas identificaciones que tienen Cotidiana, todos los spots y todas las cuñas comerciales que se le ofrecen al cliente como un servicio gratuito incluido en el paquete de pauta publicitaria que presenta el Área Comercial por medio del Departamento de Ventas.

Igualmente se encarga del montaje de toda la parte técnica y de la producción de una transmisión especial, siempre y cuando no amerite uso de transmisores, sino simplemente enlace telefónico.

**- *Producción de cuñas:***

Parte fundamental del estilo o sello que quiere imponer la emisora se basa en la realización de mensajes que pueden ser: de tipo comercial, por contratos publicitarios; institucional, por convenios y relación con entidades oficiales y privadas; o simplemente mensajes de identificación propia de la emisora, siendo éstos últimos con los que más deben identificar los oyentes a la emisora.

Todos estos mensajes en cuñas se realizan directamente en los estudios de la emisora, y aunque se manejan varios formatos, principalmente se graban en MiniDisc, Cotidiana cuenta con una grabadora Multipista (4 *tracks*) de MD, la cual le permite hacer una edición por separado de cada canal y reproducir fácilmente el producto que finalmente será enviado a la consola.

A veces se necesita convertir dichas señales en información MIDI para realizar algunos retoques con aparatos digitales los cuales se alquilan para dichas ocasiones.

En la emisora se tiene la política de hacer esas cuñas con un 100% de calidad, aunque sea una emisora comunitaria, pues ese es un importante punto de partida para abolir el concepto de que la radio comunitaria es una radio hecha de manera precaria. Desde luego Cotidiana 107.4 f.m. no posee todos los equipos que quisiera (aparatos digitales y transmisores de láser), pero lo que actualmente se posee está bien actualizado y todavía es utilizado en el mercado.

Acorde con esa política de calidad total en la producción radial, como estilo y sello importante de la empresa, se presentan los producidos a los clientes en formato Cd (quemado), MD o cassette. Actualmente se viene desarrollando una campaña para estandarizar dichos formatos e ir evacuando del mercado las grabaciones en cinta de carrete abierto.

- ***Relación con las Disqueras:***

Actualmente la emisora cuenta con dos representantes, miembros del Comité de Producción, que están en constante relación con las empresas de Artistas y distribuidoras de trabajos discográficos. Existen, hoy por hoy, convenios con más de 10 disqueras las cuales surten a la emisora de música semana tras semana. Esta relación también permite contactar artistas e invitarlos para entrevistas o eventos.

Entre las disqueras que con las que se tiene contacto están Sony Music, Warner, JAN, A&R, Sonolux, Fuentes, Universal, entre otras.

Igualmente dichos representantes cubren todos los tramites ante las entidades recaudadoras de Sayco y ACIMPRO.

#### **4.3.4.4. Comité Técnico**

Este comité se encarga de todo lo que tiene que ver con el mantenimiento y control de los equipos de transmisión (es decir, todo lo que no sea de control o producción)

También tiene funciones jurídicas en tanto que se encarga de todo lo relacionado con los tramites de carácter *tecnico-operativo* ante el Ministerio de Comunicaciones y la Aerocivil.

Constantemente debe estar estudiando cómo está la señal, sus efectos y la recepción de la misma. Este equipo lo preside un Ingeniero Electrónico y la Dirección de la emisora en compañía de los productores.

##### **4.3.4.4.1. Sistema de Producción y Transmisión de Cotidiana**

Cotidiana 107.4 f.m. cuenta con un sistema de funcionamiento muy simple, tanto en la parte de control (estudios y producción) como en la transmisión.

Ambas partes están comunicadas por medio de un radio enlace FM, el cual opera en la frecuencia 325.3 Mhz. De esta forma los estudios, y por medio de un transmisor de 10W, envían su señal a 4 kilómetros de distancia en donde está ubicado el sistema irradiante (antena), el cual recibe la señal y la amplifica por medio de un transmisor en la frecuencia 107.4 Mhz. De allí se transmite el sonido que se capta en cualquier receptor FM.

#### **4.3.4.4.1.1. Sistema de Control y Producción**

Con imaginar el cuerpo humano y parte de su anatomía se puede obtener una metáfora para entender cómo funciona un estudio de radio.

El corazón del cuerpo viene siendo la consola a donde llegan y de donde salen todos los cables de interconexión (estos se pueden entender como las arterias y las venas) Los brazos, con los cuales el ser humano hace las cosas, son los reproductores de sonido o players (Cd, cassette, Minidisc, etc) es decir, donde se produce el sonido; de igual manera funcionan los micrófonos, los cuales también llegan a la consola.

El cerebro viene siendo entonces el transmisor, al cual llega toda la información que ha pasado por el corazón de la emisora, es decir, por la consola.

Este sistema “radio-humano” tiene, como cualquier persona, un médico que lo examina y siempre está pendiente de lo que sale al aire y del estado en el que se transmite la información. Se habla entonces del Monitoreo, el cual sale de la consola y permite tener lista y en perfecto estado la información que en segundos saldrá al aire. De igual manera está el Retorno que es la guía final para ver cómo está llegando la señal a cualquier receptor.

Este sistema se comunica, como ya se ha dicho, con el sistema irradiante donde están las antenas y el transmisor final.

#### **4.3.4.4.1.2. Funcionamiento del Sistema Irradiante**

A este sistema llega la información proveniente de los estudios. Un receptor capta la señal y la manda al transmisor de 300 W sintonizado en la frecuencia 107.4 Khz. De allí, y por medio de un cable coaxial RG8, sale la señal a las antenas, que en total son tres bahías circulares, separadas una de otra por una distancia previamente estudiada ya que de esto también depende la calidad de la señal. Para finalizar solo resta captar la transmisión emitida por las antenas en cualquier radio receptor FM.

#### **4.3.4.4.2. Cuadro Explicativo del Funcionamiento Técnico de la Emisora**

#### **4.4. Consolidación e Impacto Comunitario**

“La radio comunitaria no se enciende cuando se inaugura el transmisor, toma su lugar cuando la población que cubre la hace suya y la emplea como se usa un lugar de encuentro que deja de ser de quien lo administra para pasar a ser de todos”<sup>4</sup>

La razón de ser de un medio de comunicación comunitario radica en los servicios o beneficios que le puede brindar a la comunidad para la cual trabaja, y su labor se mide según el impacto causado por sus acciones o por sus omisiones.

La etapa de Consolidación es la más complaciente, la más exigente y la más larga de todas. Consiste en que la comunidad, los directivos de la empresa, los miembros de la emisora y todo aquel que tenga alguna relación con el proyecto sienta y reconozca que los objetivos planeados se han logrado; que todo lo que se ha hecho hasta el momento concuerde con la misión, la visión y los valores.

La consolidación no es solo de la emisora, es también de la empresa, de la comunidad y del municipio de Cota. “Los conoceréis por sus actos” por lo que hicieron bien, por lo que hicieron mal o por lo que dejaron de hacer. Aun queda mucho por hacer; se han dado grandes pasos y se ha logrado la consolidación, pero todavía falta mucho, por eso Cotidina 107.4 f. continua en su etapa de consolidación.

---

<sup>4</sup> Los Caminos de la Radio Comunitaria. Ministerio de Comunicaciones de Colombia, Proyecto de Comunicación para la Infancia y la Mujer y Proyecto Enlace. Pag 7. 1996

Algunos patrones que sirven como medida para evaluar el impacto que hasta ahora ha tenido Cotidiana 107.4 y el nivel de Consolidación alcanzado como medio de comunicación comunitario son las movilizaciones, las transmisiones, el contenido y la proyección social de la programación, la participación de la comunidad dentro del proceso comunicativo y las relaciones vinculantes que se hayan alcanzado con la comunidad, que se exponen a continuación.

#### **4.4.1. Movilizaciones**

- ***La Caravana Coca Cola:*** fue el primer evento promocionado por la emisora en diciembre de 1998, se promocionó la visita de la Caravana Coca Cocal que regalaba juguetes a los niños del municipio.
  - ***Radiotones:*** con motivo de la tragedia del terremoto de Armenia en enero 19 de 1999, Cotidiana 107.4 f.m. en equipo con la Alcaldía Local organizó *Tres Radiotones* para recoger donaciones para los damnificados, haciendo transmisiones espaciales desde el parque central del municipio.
  - ***Todos contra el fuego:*** El 25 de mayo al medio día se presentó un incendio forestal en el cerro Galilea. Parte del equipo técnico de Cotidiana, miembros de la comunidad, de la policía, de la oficina de obras públicas, del colegio departamental Enrique Pardo Parra y
-

de la alcaldía impidieron que las llamas se expandieran y causaran un desastre mayor.

- ***Ferias y Fiestas de Cota y del Campesino:*** en agosto se realizó la semana de Ferias y Fiestas del campesino y de Cota. Todos, absolutamente todos los eventos que tuvieron lugar en esa semana fueron transmitidos por Cotidiana 107.4

#### **4.4.2. Proyección Social de la Programación**

- ***Manuscritos:*** programa de civismo y urbanidad coordinado por tres estudiantes de derecho de la Pontificia Universidad Javeriana.
- ***La Tienda:*** programa de variedades coordinado por la oficina de Solidaridad Universitaria de la Universidad de la Sabana donde se exponen ideas, textos, comentarios y mensajes sociales, entre otros.
- ***Cota Verde:*** Programa de ecología donde dos estudiantes de Comunicación Social de la Universidad de la Sabana inculcan el amor por la naturaleza y aportan una educación ecológica a los habitantes de los alrededores.
- ***Té para Cuatro:*** espacio programado representantes de la Asociación Casa Santa Cruz quienes los martes ofrecen a la comunidad cotense un mensaje esperanzador y optimista.
- ***Comunicar:*** la CAR forma parte en la programación de Cotidiana con un programa de formación medioambientalista y ecológica.
- ***Milenio*** es un programa con participación de la Comisaría de Familia de Cota y dos estudiantes de la Fundación Universitaria Monserrate en el cual se tratan temas alusivos y de especial interés

para la comunidad, tales como el maltrato infantil y las Juntas de Acción Comunal, entre otros.

- **Concurso Procomún – Eternit:** Emisora Cotidiana 107.4 f.m. se inscribió en el concurso de radios comunitarias “Premio Procomún – Eternit Luis Carlos Galán 1999”. Como resultado de esta participación la emisora clasificó como una de las diez mejores emisoras comunitarias de Colombia entre más de 150 concursantes.
- **Primer Gran Encuentro Cotidiano:** a partir de la conformación y crecimiento del grupo de trabajo en Cotidiana se organizó el Primer Encuentro Cotidiano; Lo que en un principio fueron siete personas el tres de diciembre de 1998, son ya mas de cuarenta y cinco.
- **Convenios:** parte de la estrategia de la emisora para hacer que su programación tenga un mayor énfasis social que comercial, es la firma de algunos convenios con Asociaciones, Organizaciones Entidades y Universidades, quienes cuentan con programas de radio elaborados por ellos mismos, para que le faciliten ese material a la emisora y sea transmitido por la señal de Cotidiana. Actualmente existen convenios con la Universidad de la Sabana (prácticas sociales y programa *La Tienda* de Bienestar Universitario), con la Cruz Roja Colombiana, con el Convenio Andrés Bello y con la Fundación Universitaria Monserrate (prácticas sociales).

#### 4.4.3. Participación Comunitaria en la Programación

- *Diana en la Olla* es un programa de culinaria organizado por Diana, donde se enseñan trucos de cocina, recetas y se informa acerca de los platos típicos de la región.
- *Camerino Deportivo* es un programa deportivo organizado por Jorge Vargas Sabogal, un miembro líder de la comunidad que se ha vinculado especialmente con la emisora
- *La Bomba* es programa de notas y clips informativos variados respecto al municipio; es coordinado por Jairo Calderón, joven estudiante del Colegio Departamental Enrique Pardo Parra quien en compañía de cinco amigos más consigue y prepara la documentación para este programa.
- *Noticiero Vida Cotidiana* es un espacio noticioso realizado por cinco estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de la Sabana y otros jóvenes del municipio; se presentan las noticias locales, regionales y nacionales de forma positiva y con proyección social. Es un excelente ejemplo del llamado periodismo cívico.
- *Full Twisted* es un programa de rock anglo realizado por dos jóvenes del municipio pertenecientes a bandas de rock de la misma localidad.
- *La Viejoteca* es otro programa bandera en la emisora, también coordinado y presentado por Jorge Vargas Sabogal.

- *Función Mágica* es un programa cien por ciento elaborado por dos niños del municipio, ellos se encargan de la programación y de la producción en un espacio de media hora todos los domingos.
- *El Toque de las Diosas*; dos señoritas del Colegio Departamental Enrique Pardo Parra programan este espacio con las mejores canciones románticas y exponen todos los temas referentes al amor.

#### 4.4.4. Transmisiones Especiales

- *Radiotones*; con motivo de la tragedia de Armenia en enero 19 del año en curso, Cotidiana 107.4 f.m. en equipo con la Alcaldía Local organizó tres radiotones para recoger donaciones para los damnificados, transmitiendo directamente desde el parque central del municipio y con una programación especial.
- En dos oportunidades se hicieron transmisiones en directo desde el Eje Cafetero; la primera para informar cómo estaban siendo repartidas en el municipio de Barcelona, Quindío las donaciones recogidas en las radiotones, y la segunda, para comunicar en qué iba el proceso de reconstrucción de las zonas afectadas.

- El sábado 24 de julio los comerciantes y compradores del Centro Comercial Centro Suba vibraron con un especial de discjockeys y buenas mezclas musicales organizado por el programa Cotidiana Remix. El evento se llevó a cabo en una gran tarima instalada con ese propósito en pleno plaza del centro comercial.
- Por primera vez en la radio, gracias a Cotidiana 107.4 y su programa Cotidiana Remix, se realizó el primer encuentro de discjockeys. El evento se llevó a cabo en los estudios de la emisora el sábado diez de julio y contó con la presencia de los dj's más conocidos en los bares y discotecas más importantes de Santafé de Bogotá. El evento duró al aire tres horas y media, y posteriormente fue transmitido por televisión en Canal Capital en el programa "Música en Movimiento" y por Tv Andina en su programa musical.
- El programa Camerino Deportivo organizó el primer Torneo Abierto de Banquitas Copa Camerino en el mes de junio de 1999. Los encuentros se llevaron a cabo en el parque principal Luis Carlos Galán de Cota en horario nocturno.
- El ocho de agosto se realizó la XIII Maratón del Altiplano Cota 1999. Emisora Cotidiana 107.4 f.m. fue el único medio de comunicación que cubrió todo el evento desde las ocho de la mañana hasta las dos y media de la tarde.
- Durante las Ferias y Fiestas del municipio se llevaron a cabo dos corridas de toros, el Reinado de la Hortaliza, conciertos musicales y otro tipo de eventos. Todos ellos fueron transmitidos en directo por Cotidiana.

#### **4.4.5. Vinculación al Municipio**

- Los medios masivos de comunicación son un factor esencial en la vida del municipio de Cota. Majuy Tv (canal comunitario de televisión), el periódico Terracota (elaborado por la Alcaldía) y Emisora Cotidiana 107.4 f.m. son los medios de comunicación más influyentes en la comunidad cotense. Entre los tres han establecido una alianza estratégica que les ha permitido brindar toda la información que se genera en el municipio a todos los hogares y rincones del municipio.
- Cotidiana 107.4 forma parte de Asocentro (Asociación de Municipio de Sabana Centro) la cual vincula a los principales medios de comunicación comunitarios de la Sabana de Bogotá. Esta es una asociación que organiza foros, encuentros, talleres sobre periodismo cívico y trata temas sobre asuntos relacionados con las comunicaciones comunitarias. Algunos de los municipios ya vinculados a esta asociación son Chía, Cajicá, Cota, Sopó, Nemocón, Zipaquirá, Tocancipá, Tenjo y Tabio.
- Cotidiana 107.4 f.m. ha planeado realizar una serie de fiestas en cada una de las veredas del municipio para vincular cada día a más y más gente de la comunidad. La primera de estas fiestas se llevó a cabo en la vereda Parcelas el sábado 31 de julio en las instalaciones del Colegio Comunal Campestre de la vereda Parcelas.

#### 4.4.6. Programación Especial

- El viernes dos de julio se realizó un homenaje, en el sexto aniversario de su muerte a Héctor Lavoe. Su historia, sus canciones y sus anécdotas fueron recordadas en un especial de una hora bajo la producción y coordinación de Jorge E. Castro, discjockey de Cotidiana 107.4 f.m.
- En diciembre de 1998 se rezó al aire la Novena de Aguinaldos con la colaboración del padre de la Parroquia de Municipio y del padre representante de la Asociación Casa Santa Cruz.
- *Viejoteca*; en diciembre de 1998 se llevó a cabo un programa sobre música de antaño con los mejores grupos y tríos, dirigido por Manuel Castro y Wilmar Solarte.
- En la Semana Santa de 1999 se realizó un programa basado en la obra teatral “*Jesucristo Superestrella*” y se enviaron mensajes de formación religiosa a manera de clips durante toda la semana. Igualmente se realizaron especiales sobre la vida de varios personajes bíblicos.
- Durante la temporada taurina de 1999 Juan Ricardo Suárez y Santiago Laverde hicieron el balance de las principales corridas de toros que se llevaron a cabo en la Plaza de Toros la Santamaría de Bogotá.

#### **4.4.7. Entrevistas**

Hasta el momento por los micrófonos de Cotidiana han pasado el Grupo [V@llenet](#), el cantautor *Andrés Cepeda*, el grupo estudiantil *La Gamba* y el grupo tropical *Alquimia*.

También habló por los micrófonos de la emisora el señor gobernador de Cundinamarca, **Andrés González Díaz**.

#### **4.4.8. Eventos**

- El día del Padre se celebró en Cotidiana 107.4 f.m.; bajo la coordinación de Jorge Vargas Sabogal se llevó a cabo un programa especial entre las diez de la mañana y la una de la tarde, evento que rompió récord en llamadas de sintonía.

#### **4.4.9. Cuadro Explicativo del Impacto Comunitario**

### **5. UNA VOZ QUE SE VUELVE LA VOZ DE TODOS**

#### **5.1. El Micrófono como Excusa**

Si bien Colombia es uno de los países que va a la vanguardia en la historia de la radio, por lo menos en Latinoamérica, también es cierto que aún le falta mucho camino por recorrer. Esta situación no se presenta únicamente por estar atrasada económicamente o por contar con escasos recursos tecnológicos, ni por no haber explorado lo

suficiente dentro de los géneros periodísticos; se da simple y llanamente porque la radio es un medio que está por inventar, en el cual la creatividad y todas las ideas tienen cabida diariamente y dónde su mágica pasión enseña, a quienes trabajan en él, que es un deber no encasillarla ni convertirla en un medio en donde la imaginación y la innovación tengan que dejarse de lado. Por el contrario, la radio es el medio por excelencia en el cual se puede soñar.

La radio colombiana todavía no comparte este nuevo concepto aunque existen experimentos que lo intentan, pero que por temor a la baja en sus ingresos comerciales retornan a su formato y estructura tradicionales, principalmente en la radio noticiosa o por lo menos en los programas de la misma índole.

Sin demeritar en ningún momento el que hacer de la radio colombiana actual, los autores consideran preciso señalar que existe un nuevo aire que se está propagando poco a poco y que los autores están seguros se convertirá en un huracán del cual se hablará mucho, o gracias al cual hablarán muchos. Es ahí donde radicará el éxito del nuevo concepto de la radio comunitaria, en el hecho de que todos puedan hablar, y eso es lo que se está haciendo en Cotidiana 107.4 f.m. experiencia radial que se expuso como ejemplo de dicho nuevo modelo de radio comunitaria.

La Radio Comunitaria está tomando fuerza porque pretende convertir al receptor pasivo en emisor activo, pero teniendo en cuenta el

micrófono como una excusa, pues la radio debe enfocarse desde ya a cumplir con una labor social, a comprometer a las personas para que se movilicen y realicen proyectos que generen más desarrollo. “Cuando la experiencia de la grabación – planeación, producción, emisión, evaluación – le permite pasar al oyente de su condición de receptor pasivo a la de emisor activo; cuando dice su palabra y ella es escuchada y luego le vuelve y es oída por el mismo, por sus compañeros de grupo y parte de los demás grupos, esa palabra suya adquiere otro valor y otra resonancia y el participante empieza a tener una nueva dimensión de su propia dignidad”<sup>5</sup>.

Bien lo dice Mario Kaplun, miembro de la CIESPAL, “que no solamente es importante que el pueblo tenga acceso a la radio sino que esta deje de ser un instrumento de alienación. ¿Cómo contrarrestar esa alienación? Produciendo programas de radio que, siendo de buena calidad técnica, enfoquen problemas de auténtico interés local, regional y nacional; programas que se refieran a aspectos sociales, políticos, económicos, culturales, históricos, educacionales de pueblos, ciudades, naciones o países. Si la radiofusión puede servir de esfuerzo para introducir cambios, motivar innovaciones que vayan en beneficio de la comunidad y de su desarrollo, pues entonces es un imperativo de la época, de nuestros países subdesarrollados, la utilización más adecuada de este medio de comunicación social, con una programación que despierte el interés popular tanto por su calidad técnica como por su contenido”<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> KAPLUN, Mario. Comunicación entre Grupos. El Método del casete – Foro, pag 12

<sup>6</sup>Producción de Programas de Radio. Mario Kaplun, CIESPAL, 1978, pags 17 - 25

Atendiendo a estas circunstancias el ámbito local surge como un escenario perfecto, donde la tolerancia y la sana competencia aún existen y dónde estos dos factores éstos se constituyen en mecanismos para buscar la paz y exigir una democracia justa.

“Desde la reunión en los recintos de Quirama, municipio de Rionegro, Antioquia, en 1989, donde se encontraron todas las formas posibles de radio cultural y comunitaria, desde la Voz de tamalameque y la mayoría de las emisoras universitarias”<sup>7</sup>, y en la que se entrecruzaron muchos tipos de radios con trayectoria y se dieron a conocer otras tantas, entre ellas la comunitaria, los avances obtenidos hasta el día de hoy son enormes: para no ir muy lejos, ya existe una legalización y un marco jurídico para que los municipios y sectores rurales, donde también hay gente, tengan acceso a un medio y puedan emitir los mensajes que las comunidades necesitan.

Así mismo en las comunidades hay ansias por mejorar en la realización y en la calidad de las emisiones. La Radio Comunitaria dejó de ser la radio precaria, clandestina y pirata para convertirse en una radio que no tiene nada que envidiarle a la comercial, con nuevos y modernos formatos, con una mejor distribución de las tareas periodísticas, con una elaborada y pulida producción y con una visión de querer ser empresa. Ya no es la radio hecha “con las uñas” sino que cuenta con un mayor potencial que le ha permitido superar sus

---

<sup>7</sup> Los Caminos de la Radio Comunitaria. Ministerio de Comunicaciones de Colombia, Proyecto de Comunicación para la Infancia y la Mujer y Proyecto Enlace. Pag 22. 1996

anteriores limitaciones y trabajar con más entusiasmo para llegar a una audiencia cada vez más exigente de lo mejor.

Esta nueva intención, de querer combinar la tecnología con la precariedad, la idiosincrasia rural con la cultura urbana, la seriedad con la fantasía, es el motor de un verdadero vehículo de educación el cual está dedicado a aprovecharlo todo y a continuar explorando nuevos recursos para brindar mensajes que de verdad hagan crecer a las personas y las entusiasmen, a la vez de trabajar por una patria que los necesita aquí, dispuestos a dar lo que sea necesario para rescatarla del turbio panorama actual.

## **5.2. Los Pilares que definen a Cotidiana 107.4 f.m. como una verdadera Radio Comunitaria**

Los medios de comunicación han logrado mantener su razón de ser en tres pilares: educar, informar y entretener. Los autores, a partir de su experiencia con Cotidiana 107.4 f.m., consideran que deben tenerse en cuenta otros tres.

### **5.2.1. Educación, Información y Entretenimiento**

Los teóricos de la comunicación, las universidades y quienes trabajan en los medios de comunicación afirman con razón que los tres pilares fundamentales de la comunicación son educar, informar y entretener.

El primer pilar, educar, aparentemente es el más benéfico y provechoso para la sociedad receptora de mensajes, pues de una u otra forma puede colaborar con la formación académica, social, política y cultural de una comunidad. Desgraciadamente, a la vez es el pilar más olvidado por razones claramente identificadas: primero, porque la información que maneja no genera lucro debido a su enfoque netamente social; segundo, porque los mensajes educativos son los de menor recepción y menor audiencia; y tercero, porque como no son mensajes generadores de rating ni de lucro no hay quien se decida a tomar el riesgo de emitirlos y asumir los costos que ello implica.

La educación debería ser el pilar central de todos los medios de comunicación, pero no lo es; más bien es el más olvidado. Curiosamente los medios con menor rango en la clasificación por género, es decir los medios comunitarios, son los únicos que verdaderamente están retomando este principio y están enfocando su programación al servicio social y para ello la mejor herramienta con que cuentan es la educación.

El segundo pilar, informar, es el más común y aceptado de los tres gracias a la variedad de formatos que pueden presentar todos los géneros de la información; noticieros, magazines, variedades, extras, avances, etc, son algunos de los más comúnmente implementados. El manejo de este principio básico cayó en el mar de la objetividad y de la subjetividad, viéndose afectado por los intereses particulares,

comerciales y políticos que lo contaminaron, y que han generado todo tipo de estudios y críticas alrededor suyo.

Informar y estar informado es un derecho y un deber; es una necesidad social que debe ser satisfecha y por ende es una responsabilidad de los medios de comunicación. Igualmente este pilar se contaminó por el interés comercial, por el lucro que puede y debe generar un medio de comunicación y por ello los criterios para informar han cambiado de acuerdo a las circunstancias económicas que se vayan presentando. En el caso colombiano, los medios son propiedad de los grupos económicos, de familias influyentes o de los partidos políticos y las consecuencias no es necesario estudiarlas.

La información, la buena información, debe ser entendida como un servicio público, no como un producto. Las comunidades y las sociedades la necesitan para poder construir sobre bases sólidas su desarrollo y promoción.

El tercer y último pilar, entretener, es el más sencillo, cómodo y dinámico de los tres, pues para entretener en un medio de comunicación tan solo se necesita un poco de creatividad y de sensibilidad.

El entretenimiento también tiene muchos formatos, incluso la información se convirtió en una forma de entretenimiento y el entretenimiento incluye entre sus herramientas a la información; desafortunadamente casi nunca se incluye a la educación.

La radio comunitaria, como medio de comunicación naciente y en proceso de consolidación, tomó como punto de partida los tres pilares fundamentales. La diferencia que la hace sobresalir por encima de las demás es que sus mensajes están dirigidos específicamente a una comunidad en particular; la información, la educación y el entretenimiento giran en torno a una única y exclusiva comunidad; una comunidad claramente no masificada.

Algunos medios comunitarios se están contaminando con los vicios de los medios comerciales y están dejando desmoronar los pilares de la información y de la educación, para dedicarse únicamente al entretenimiento, que a la larga es el que mayor lucro genera.

La radio comunitaria surgió como una herramienta para recuperar el servicio social de la información, y para lograrlo debió fortalecer los pilares fundamentales. Pero con las circunstancias ya mencionadas, es evidente la necesidad de nuevas herramientas que permitan sostener ese direccionamiento social de la información.

Como un aporte a la nueva radio comunitaria los autores proponen tres nuevos pilares, no exclusivos de la radio comunitaria, los cuales explicarán a continuación.

### 5.2.2. Participación, Proyección y Movilización

La radio comunitaria surge cuando la voz de uno se vuelve la voz de todos. No basta con emitir mensajes o música que le guste a la mayoría, hoy día la mayoría es quien debe hacerse a la radio y empezar a emitir la información que convierta a la comunidad en un grupo humano creciente y pendiente de su desarrollo en todos los campos.

La mayoría a la cual se hace referencia no consiste en que todos (tómese literalmente) tengan oportunidad de estar frente a un micrófono (eso es un ideal, pero es imposible), sino que por lo menos todos los sectores de la comunidad tengan un espacio, su espacio, y que puedan aprovecharlo de la mejor manera.

Para los autores, la **Participación** es un primer nuevo pilar en la nueva concepción de la radio; va desde llamar por teléfono a la emisora y pedir una canción; incluso hacer parte del equipo de la misma y emitir mensajes en pro de su sector o en representación de la opinión de más de uno. Desde este punto de vista la radio comunitaria es distinta a otras clases de radio. Pero eso no es suficiente.

En la radio comunitaria, específicamente en Cotidiana 107.4 f.m (ejemplo de radio comunitaria que se estudió como ejemplo ilustrativo), surge realmente la radio cuando esa participación logra traducirse, o mejor, convertirse en **Movilización**, segundo nuevo pilar.

Las personas de una comunidad pueden hacer de su emisora un medio indispensable para su vida. Véanse algunos ejemplos para entender mejor este concepto:

“Por medio de la emisora Juan le puede avisar a Pedro que el cargamento de papa llegará en la madrugada a la vereda El Abra y que allá se pueden encontrar. Igualmente la emisora, ante un incendio, puede emitir mensajes para hacer que la gente se dirija a la alcaldía donde se les repartirán herramientas e instrucciones para atacar el fuego; de igual manera si las personas oyen por la emisora que ya está llegando la caravana navideña de CocaCola para repartir regalos a los niños, pues se los dirigirá hacia el parque central para esperar el convoy de camiones. Otro caso típico puede ser cuando se anuncia un concierto en la Casa de la Cultura del municipio y todo el mundo asiste a él”. Infinidad de casos de este estilo pueden ser enunciados, todos significando lo mismo: movilizaciones de la comunidad a partir de su participación en la emisora.

Movilizar es hacer que las personas actúen de la manera según como se les indique. Justamente allí es donde debe empezar la misión formadora y orientadora, no desinformadora ni alteradora el orden y la convivencia. Este proceso de movilización se logra aprovechando el ámbito local y comunitario como bien lo es un municipio departamental.

Pero ahí no termina del todo el objetivo. La misión se cumple cuando, gracias a la participación proactiva y a una movilización activa, las personas logran **Projectarse**, tercer nuevo pilar, para realizar tareas en pro de su comunidad. Esta es la razón por la cual se afirma que la radio comunitaria tiene como excusa un micrófono, porque realmente lo que hace es una labor social, la cual debe integrar a los estamentos oficiales, a las corporaciones e instituciones privadas, a la empresa y a las personas en general vinculadas al municipio o comunidad. De la radio deben salir cuestionamientos y demandas para solucionar problemas locales, así como también deben surgir nuevas ideas con las que la gente pueda trabajar e ilusionarse con un nuevo proyecto. Si eso se logra entonces hay verdadera radio, porque hay educación (primer pilar de los medios de comunicación abandonado en el olvido...) Ya no solo interesa informar y entretener, ahora la prioridad es formar haciendo obras y acciones concretas en pro del sitio donde se vive.

Además de todo, se contribuye cada vez más con la descentralización de la que tanto se habla y a que las personas busquen hacer cumplir la tan nombrada “agenda ciudadana”. Por lo mismo se generará una democracia justa y solidaria. A eso a lo que le apunta el proyecto de emisora Cotidiana 107.4 f.m.

### **5.3. Promoción de la Comunidad**

“La radio comunitaria debe permitir una comunicación diferente, democrática y participativa durante todo su proceso. Su esencia no

sólo está en la forma de transmitir, sino fundamentalmente, en las posibilidades de aportar contenidos, mensajes para la construcción de una nueva sociedad”<sup>8</sup>.

Informar, educar y entretener; las tres cosas las puede hacer cualquier medio de comunicación sin importar su formato o los géneros que maneje. Pero hacer participar, movilizar y proyectar una comunidad no lo hacen todos.

La masificación de los mensajes y de la información trajo consigo una saturación en los receptores que impidió la posibilidad de llevar a cabo el feedback en la comunicación; es decir convertir a los receptores pasivos emisores activos.

La información comunitaria debe generar impacto en sus receptores, por algo sus mensajes están específicamente dirigidos a una comunidad; deben generar reacción no inmutabilidad, deben generar participación no indiferencia. No es lo mismo dirigirse a una comunidad abstracta (que puede ser superior a miles de personas) que a la comunidad de una cuadra en un barrio específico.

La comunidad es un grupo social consolidado, y el medio comunitario debe aportar a esa consolidación generando espacios de participación, brindando herramientas para su proyección y coordinando la movilización hacia un objetivo común.

---

<sup>8</sup> KAPLUN, Mario. Comunicación entre Grupos. El Método del casete – Foro., Pag 90

Parece utópico esperar que un medio de comunicación haga sentir en los demás lo ajeno como propio, y un objetivo de la comunidad debe ser tomado como un objetivo personal. Lo que la radio comunitaria debe hacer lo dice su nombre; debe promocionar a la comunidad.

Entre los medios comerciales y los medios comunitarios está la desventaja del factor comercial, el factor de cubrimiento y los niveles de inversión publicitaria, pero los comunitarios tienen varias ventajas sobre los demás que ninguno otro puede tener: tienen un público 100% propio, buscan el bienestar social por encima del individual y son los únicos medios que pueden generar respuesta inmediata contando con los espacios apropiados para ello, es decir para la participación.

No hay excusa para que los medios comunitarios, y en especial los de radio, no sean más fuertes y mejores que todos los demás. “La radio todavía es el medio más rápido, de más alcance y el más barato para empezar un proceso de comunicación”<sup>9</sup>. “Se ha señalado, con insistencia, que la radiodifusión es insustituible como medio de comunicación de masas. Su alcance, prácticamente ilimitado; la proliferación de grandes y pequeñas estaciones de transmisión; la producción en serie del transistor, a precios accesibles para grandes sectores de la población, otorgan a la radiodifusión una ventaja indiscutible sobre los restantes medios de comunicación social, en lo

---

<sup>9</sup> Radiodifusión para la Innovación (The Role of Broadcasting in Rural Communication). Joseff Eschenbach. Editorial Epoca. Quito – Ecuador. 1978 pags 27, 28, 29

referente a posibilidades de llegar con mensajes a un mayor número de receptores, de oyentes”<sup>10</sup>

#### **5.4. Cuadro Explicativo de los Pilares de Cotidiana 107.4 f.m**

## **6. ANEXOS**

### **6.1. El Reto: una Oportunidad**

#### **6.1.1. Introducción**

Planear, organizar, estructurar, administrar y consolidar un proyecto de radio comunitaria aparentemente es un proceso dispendioso, tedioso y comercialmente poco viable.

Y efectivamente puede serlo. Conseguir la licencia, recaudar el dinero necesario para la inversión, el personal, contar con la disposición de tiempo, lograr el apoyo de la comunidad, concretar los trabajos y las funciones, etc, todo eso toma tiempo.

Cotidiana 107.4 f.m. salió al aire el 3 de diciembre de 1999, pero la idea como tal, el proyecto, se empezó a cultivar desde noviembre de 1997. Después de muchos esfuerzos y sacrificios la señal ya lleva más de un año al aire y todavía sigue obteniendo excelentes resultados. No

---

<sup>10</sup> Producción de programas de Radio. Mario Kaplun. CIESPAL, 1978. Pags 17 – 25

obstante eso no significa que las cargas laborales, los compromisos y el trabajo sean inferiores.

Como punto final de esta monografía de grado los autores quieren sembrar, en quienes un día lean este texto, la semilla de la radio comunitaria. Los autores sostienen que este proyecto ya tangible no es una utopía y quieren invitar a quien tenga interés en el trabajo comunitario a que emplee una de las mejores herramientas: la radio comunitaria.

Quienes se decidan por trabajar en el ámbito del trabajo comunitario encontrarán muchos obstáculos en el camino, pero quien los supere habrá encontrado la razón de ser de su proyecto. En Colombia los retos son como piedras en un hermoso campo verde; la mayoría las quitan para que no les obstruyan el camino. Pero hay unos pocos que sedan cuenta que es con piedras con lo que se hacen los mejores caminos...

### **6.1.2. Requisitos**

Los autores han elaborado el listado básico de los requisitos jurídicos, humanos, económicos, físicos y técnicos que se necesitan para sacar adelante un proyecto de radio comunitaria. Los que se van a nombrar a continuación son los mínimos para un buen desempeño y funcionamiento de una estación de radio y no quiere decir que existan otras formas más rudimentarias o simples de poder llevarlo a cabo.

### **6.1.2.1. Humanos**

Toda empresa se compone de distintas áreas las cuales deben cumplir con determinadas funciones; para cada área se necesitan personas idóneas capaces de realizar las funciones correspondientes.

A la hora de la verdad una estación de radio con doce horas de programación funciona con dos personas; un técnico o productor y un locutor que realice la presentación. Pero eso es una versión simplista.

Para que una emisora funcione ordenada y correctamente se necesita un número de personas proporcional a las funciones que sea necesario realizar. Si se quiere tener un buen manejo administrativo de la emisora se necesita un administrador; si se quiere obtener un buen porcentaje de ventas publicitarias y de ingresos se necesita un gerente comercial, si se quiere llevar ordenadamente las cuentas internas y externas de la emisora se requiere un gerente financiero; si se quiere una excelente producción, programación y locución se necesita un director, un subdirector, tres productores (para que se turnen) y muchas personas interesadas en montar programas y conducirlos al aire; y por supuesto, para que todo sea legal ante Dios y ante el Estado se necesita un abogado. Hasta el momento la lista va en mínimo 8 personas...de ahí en adelante el número puede crecer infinitamente.

Cada área puede organizarse en comités distribuyendo las cargas y los trabajos para asegurar una mayor efectividad en sus resultados; se requiere igualmente que se trabaje con espíritu de equipo, pues el

trabajo de cada área depende estrictamente del buen funcionamiento en las demás.

No se necesita estrictamente que las personas que realicen las labores sean profesionales en su campo; si bien Cotidiana 107.4 f.m. está compuesta en su mayoría por estudiantes universitarios próximos a ser profesionales, cualquier persona con el esfuerzo y la dedicación suficiente podrá salir adelante cumpliendo sus funciones.

#### **6.1.2.2. Jurídicos**

Las emisoras comunitarias en Colombia, como todos los medios electrónicos de comunicación que hacen uso del espectro electromagnético, están dentro de un marco legal controlado por el gobierno a través del Ministerio de Comunicaciones y son clasificadas como Estaciones Clase D.

Las frecuencias para las emisoras comunitarias son adjudicadas por el Ministerio de Comunicaciones mediante licitación pública y directa, previa a una convocatoria realizada mediante decreto emitido por la misma entidad y en la cual pueden participar asociaciones, corporaciones, fundaciones y demás personas jurídicas que estén desarrollando algún tipo de labor comunitaria en la zona donde se ubican.

En resumen, las personas jurídicas licitan para acceder a una frecuencia que será adjudicada por el Ministerio para un municipio o sector determinado, lugar donde operan este tipo de instituciones.

Las alcaldías o estamentos oficiales no hacen parte de ese grupo, éstas acceden a las frecuencias por medio de convocatorias distintas y así mismo se les adjudican emisoras de otro tipo. Igualmente, las personas naturales no tienen acceso a este tipo de estaciones.

Nota: Los requisitos legales se encuentran en su mayoría en el libro “Los Caminos de la Radio Comunitaria. Ministerio de Comunicaciones de Colombia, Proyecto de Comunicación para la Infancia y la Mujer y Proyecto Enlace. 1996”

***Los trámites básicos para acceder a una frecuencia son:***

- 1) Comprar el pliego para la licitación de venta directa en el Ministerio de Comunicaciones.
- 2) Presentar todos los papeles de orden jurídico que se exigen (Personería Jurídica y Estatutos).
- 3) Presentar el formulario que viene con la convocatoria. (En este se piden datos técnicos y de identificación del concesionario, es decir, quien accede a la frecuencia).
- 4) Presentar un esquema de la estación que se piensa montar (parte programática, estructura organizacional y técnica, etc.)

Una vez asignada la frecuencia, se debe presentar un estudio técnico, realizado y firmado por un ingeniero electrónico, en el cual se describen todas las características técnicas de la estación, así como los permisos pertinentes de la Aerocivil, Planeación Municipal, entre otros. Dicho estudio deberá ser avalado por el Ministerio para así entregar la licencia final de funcionamiento.

### **6.1.2.3. Técnicos**

Para salir al aire y poder oír la voz de un locutor o para escuchar alguna canción no es necesario tener grandes y modernos equipos, los cuales además de ser costosos eventualmente pueden no ser apropiados para las funciones básicas con las cuales se inicia una transmisión radial, a menos que la cobertura y la estructura misma de la emisora así lo exijan. Pero en el caso de la radio comunitaria nada de eso es indispensable.

Sería posible salir al aire con un transmisor pequeño y un micrófono casero, pero si se quiere hablar de radio es necesario ir más allá y dividir en dos los requerimientos técnicos de una emisora: los que se refieren a la transmisión como tal y los referentes a la producción y equipos de control.

### ***La Transmisión***

- Para realizar una transmisión óptima es necesario un transmisor sintonizado en la frecuencia asignada por la autoridad competente. (En

el caso de las emisoras comunitarias en Colombia la frecuencia es en FM y es asignada por el Ministerio de Comunicaciones). Se debe contar también con un radio enlace que se sintoniza en frecuencias más altas de la misma banda y que justifica el hecho de que el sistema irradiante final se encuentre por fuera del perímetro urbano, lugar en el que se ubican los estudios de la emisora.

- Se requiere de una antena igualmente sintonizada con la frecuencia asignada. Existen casos en que dependiendo de la potencia, la longitud del cable y de la ubicación del sistema irradiante, se debe emplear más de una antena. Cabe anotar que existen varios tipos de antenas y que están clasificadas según los fines que persigan.

- Para las diversas conexiones entre antenas, transmisores y radio enlaces se necesitan cables interconectores que por lo general son de tipo coaxial y blindados para evitar pérdida de señal e interferencias.

Es ideal, por seguridad, aterrizar un sistema de polo a tierra y pararrayos además de la adecuada iluminación de la estructura en donde se ubiquen las antenas, pues es un requisito exigido por la Aerocivil en Colombia.

### ***La Producción***

Son muchos los equipos de control que se pueden tener en una emisora. Todos tienen distintas funciones, pero los básicos para la puesta en marcha de una estación de radio son los siguientes:

- Una consola a la cual llegan los *players* y las señales de micrófono.
- micrófonos

- *Players* (Casetera, aparato de reproducción de discos compactos, tornamesa, DAT, grabadora de carrete abierto, reproductor de Mini disc o sistema de track digital).
- Un sistema de retorno y uno de monitoreo (por lo general éste último lo trae la consola).
- Cables de audio e interconexión

Como se ha dicho, son varias las posibilidades a la hora de armar un estudio de radio, las cuales van desde utilizar un sistema digital de producción, donde el computador lo puede hacer todo, hasta manejar un tornamesa conectado a un simple mezclador y emitir mensajes con cualquier micrófono.

#### **6.1.2.4. Físicos**

La infraestructura física de una emisora comunitaria puede ser construida con los últimos avances de tecnología o con simplemente contar con un espacio apropiado de trabajo. Según los recursos económicos con que cuente la emisora se puede alquilar un gran local comercial, estratégicamente ubicado, con una oficina de recepción, dos cabinas de producción (una para pregrabados y otra para los directos) acústicamente aisladas, lo último en equipos de producción (sistemas de programación computarizada, consoladas de múltiples canales, minidisc, cd players) micrófonos multidireccionales y retorno personalizado para una gran mesa de locución, etc o simplemente una

mesa de producción, algunos players, un micrófono, transmisor y una antena.

### ***Ubicación***

Definitivamente sí se necesita un espacio apropiado de trabajo, bien sea un local comercial propio o alquilado, ojalá cercano a la comunidad. Si se localiza en el casco urbano habrá una mayor accesibilidad para la comunidad, en cambio si se ubica en el perímetro rural las distancias dificultarán los procesos de vinculación.

### ***Ambiente físico***

Si se puede contar con las dos cabinas aisladas acústicamente, la de locución y la de producción, el espacio para trabajar es mucho más apropiado y colabora con una mejor producción aislando los diferentes ruidos que se generan en un ambiente de oficina.

Igualmente se necesita un baño, una línea telefónica, condiciones de seguridad (rejas, alarma, puerta de seguridad, etc), una mesa de producción, una mesa para locución, un escritorio para la administración de toda la información que entra y sale, sillas para invitados, una silla especial para el productor (la producción es un trabajo que requiere de comodidad debido a su larga duración), un mueble para la discoteca (discos compactos, acetatos y cassettes según

la necesidad) y materiales propios de una oficina (carpetas, cosedora, perforadora, legajadores, etc.)

### *Adicionales*

Existen algunos materiales opcionales que son de gran ayuda para el desenvolvimiento de la emisora como empresa y como oficina; dos líneas telefónicas, una de ellas para el híbrido en la consola; un extractor de olores para las cabinas; luz suficiente para ambas cabinas; implementos de aseo; un timbre; equipos para transmisiones remotas, entre otros.

### **6.1.2.5. Económicos**

Para sacar adelante una emisora comunitaria evidentemente se debe contar con una serie recursos económicos. Esos recursos pueden provenir de inversionistas, de un préstamo bancario, de una donación, etc, existen muchas modalidades que permitirían conseguir el dinero necesario para la inversión inicial.

Si bien existen muchas posibles modalidades para crear una emisora, a continuación se presenta un listado de costos de inversión y sostenimiento de la emisora comunitaria Cotidiana 107.4 f.m. los cuales pueden servir como modelo para un futuro proyecto de radio comunitaria.

AREA	RELACION	COSTO	OBSERVACION
<b>Parte Técnica</b>	Equipos de Producción	\$8'000.000	
	Equipos de Transmisión	\$7'000.000	
	Antena	\$15'000.000	
<b>Emisora</b>	Cabinas	\$2'000.000	2 cabinas acústicamente aisladas e intercomunicadas.
	Dotación	\$1'000.000	Escritorio, mesa de producción, mes de locución, sillas, silla de producción.
	Seguros	\$500.000	Colseguros
	Alarmas	\$300.000	Sistema infrarojo con sirena
<b>Gastos Permanentes</b>	Salarios (2 personas)	\$520.000	Sin prestaciones pues es contrato por prestación de servicios.
	Servicios mensuales	\$100.000	Agua, luz, teléfono
<b>Jurídicos</b>	Sayco – Acimpro	\$70.000	Impuestos
	Licencia	\$1'000.000	Pago de la licencia a MinComunicaciones
	Impuestos		No se pagan a menos que exista una facturación superior a 300 millones de pesos.
<b>Inversión Inicial Total</b>		\$35.490.000	
<b>Punto de Equilibrio</b>		\$1'200.000	Para el sostenimiento de la Emisora

### 6.1.3. Invitación

Cotidiana 107.4 f.m. desde hace dos años ese el sueño de cinco jóvenes universitarios empeñados en crear una empresa de índole

comunitaria, administrada por ellos y que le ofreciera beneficios a una comunidad y por supuesto, a ellos mismos.

Casi un año duró el proceso de planeación...hoy lleva año y algo más su estructuración. Se sacrificaron horas libres, tardes de domingo, fue necesario invertir dinero propio y conseguir inversionistas; fue necesaria mucha paciencia, esmero y dedicación para que finalmente un día a las seis y media de la tarde se oyera oír por primera vez el sonido emitido desde los que un día serían los estudios de Cotidiana.

Como en muchos proyectos, al principio nadie creyó...¿sería posible que cinco jóvenes no mayores de 22 años montaran y dirigieran un medio masivo de comunicación enfocado hacia una población de más de quince mil habitantes? Pues el tiempo y la señal les han dado una respuesta.

Ahora las cosas cambiaron y es mucha la gente que sí cree y que a diario se acerca a la emisora para ver si hay un espacio dónde participar o al menos colaborar.

Las posibilidades están dadas y los medios están al alcance; lo único que falta es quien acepte el reto y se decida por montar un medio de comunicación comunitario para demostrarle al mundo que los proyectos sociales sí tienen cabida en este mundo individualista y capitalista.

## **6.2. CD-ROM**

La ayuda audiovisual que se presenta en el CD-ROM es homologable con el video institucional de la emisora que se le enseña a los clientes potenciales como material de soporte para las presentaciones del Área Comercial.

El CD-ROM fue inaugurado el 23 de febrero de 1999 día en que se organizó un cocktail con motivo del lanzamiento oficial de la emisora en el Hotel Cosmos 100 en la ciudad de Bogotá. **DEMO (haga clic)**

## **6.2. Reel de Cuñas**

El siguiente material contiene algunas de las cuñas comerciales elaboradas por los comités Técnico y de Producción para algunos de los clientes de la emisora. **DEMO (haga clic)**

## **6.4. Vida Cotidiana 1, 2, 3 y 4**

Emisora Cotidiana 107.4 f.m. posee un medio de comunicación interno que a su vez es distribuido entre los clientes; se trata de un pasquín bimestral donde se hace un pequeño editorial, se informan las principales noticias que se generan dentro de la emisora o que genera la misma y se brinda otro medio de expresión a los miembros participantes del proyecto.

A la fecha ya han sido elaboradas cinco ediciones, pero en este documento tan solo se incluirán cuatro, ya que la última se encuentra en proceso de impresión.

### **COPIAS DE LAS EDICIONES DE VIDA COTIDIANA**

- [Vida Cotidiana No. 1 Mayo – Junio de 1999](#)
- [Vida Cotidiana No. 2 Julio – Agosto de 1999](#)
- [Vida Cotidiana No.3 Septiembre – Octubre de 1999](#)
- [Vida Cotidiana No. 4 Noviembre – Enero de 2000](#)

## CUADRO No. 1

### 4.2.5. CUADRO EXPLICATIVO DE LA PLANEACIÓN

#### INFORMACIÓN GENERAL

**Nombre:** Emisora Comunitaria Cotidiana 107.4 f.m.

**Ubicación:** Municipio de Cota Cundinamarca.  
Sabana de Bogotá, 14.000 habitantes

**Teléfonos:** Estudios 0918641659 – Buzón 5012073

**Dirección:** Cra 4 No. 11 – 07 local 204

**Directores:** Santiago Laverde R – Jorge Del Castillo P.

**Gerencia:** Rodrigo Pombo – Juan R. Suárez –  
Juan C. Guzmán – Federico Camacho

#### MISION

La misión de Emisora Cotidiana 107.4 f.m. es “ser un aporte para el desarrollo de la comunidad cotense y sus alrededores, para generar una democracia descentralizada y justa, contribuir con el cambio de actitudes de los ciudadanos hacia su comunidad, inculcando a profundidad los principios católicos, el respeto, el bienestar, el amor por la patria y por la naturaleza”.

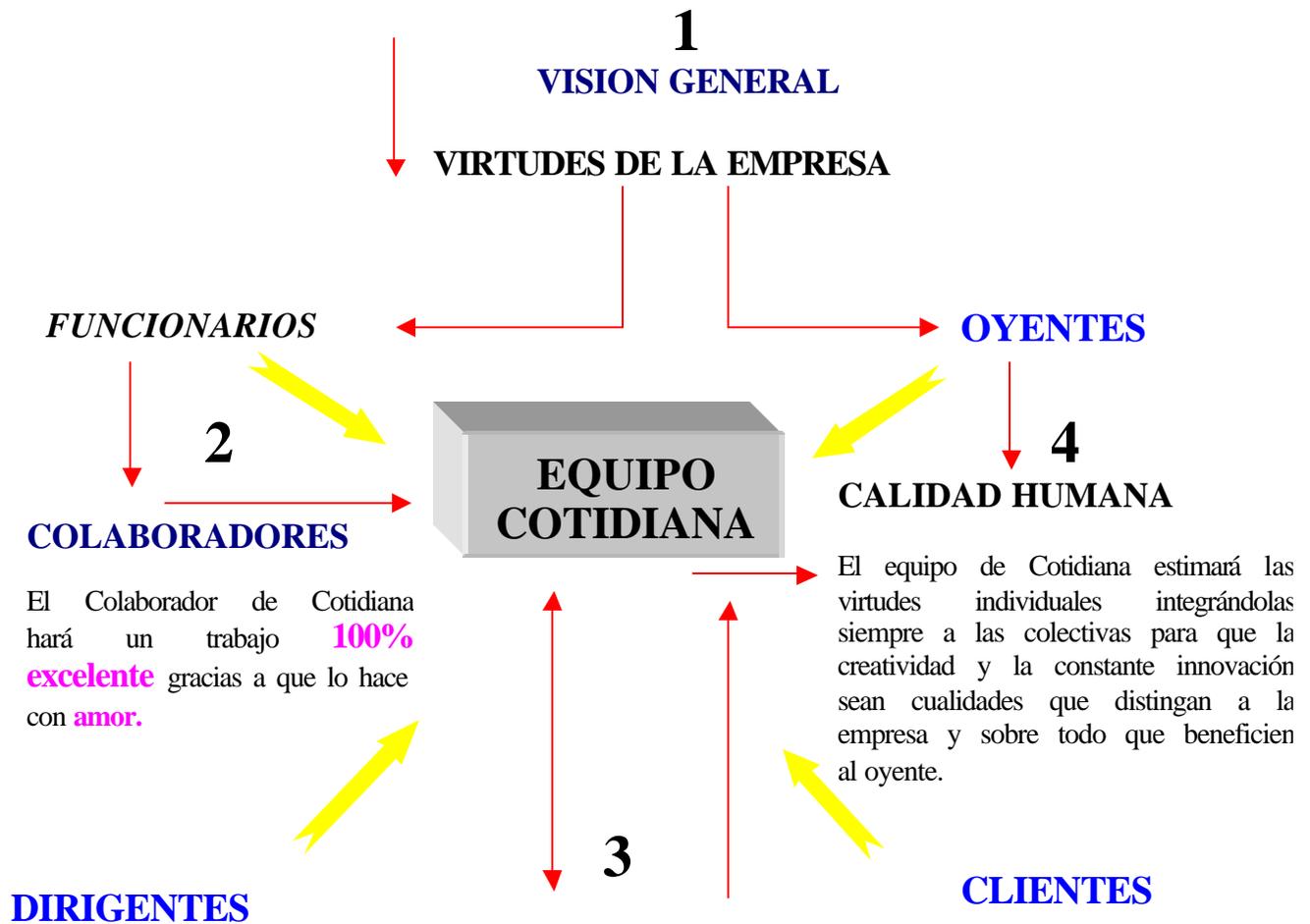
#### VISION

“La Emisora Cotidiana 107.4 f.m. se proyecta como el medio de comunicación más influyente para Cota, con el fin de constituirse como modelo de radio comunitaria y participativa en Colombia y como motor de desarrollo socioeconómico del municipio”.

#### OBJETIVOS

Cotidiana 107.4 f.m. tiene como función principal servir de enlace entre todos los organismos gubernamentales y no gubernamentales, con las personas y entidades radicadas en el municipio, con el objetivo de impulsar el desarrollo y bienestar de la comunidad, brindando soluciones a los problemas que le afectan, promoviendo nuevas ideas que impulsen su desarrollo religioso, cultural, social, económico y político.

**CUADRO No. 2**  
**4.2.6.2. CUADRO EXPLICATIVO DE LA ORGANIZACION DE VALORES**



**MEJORAMIENTO CONTINUO:**

Todo el personal de la emisora debe siempre procurar ser:

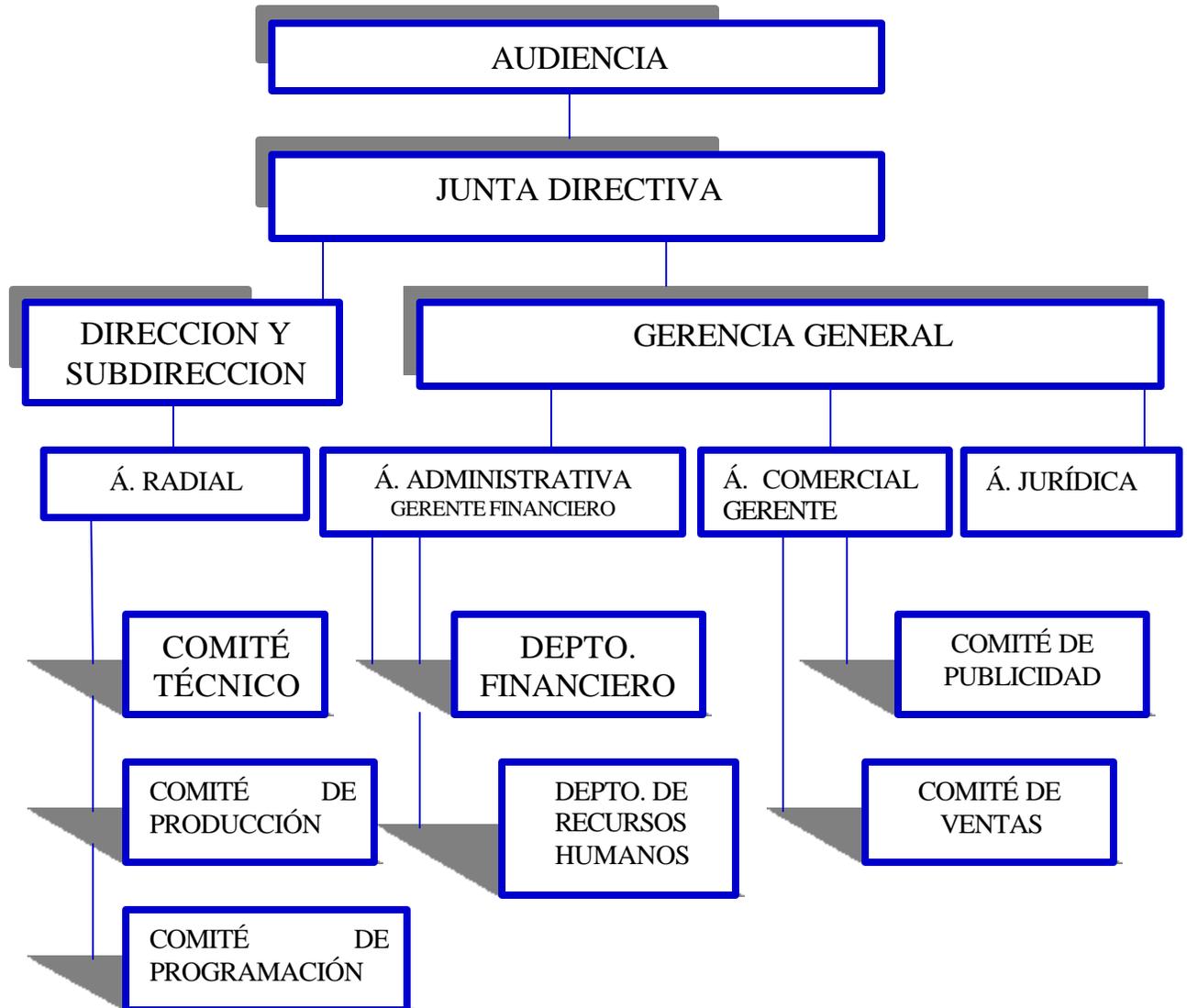
- Cada día mejor
- Trabajar en equipo
- Procurar un buen clima laboral
- Demostrar interés por la empresa
- Vincularse a los procesos de la empresa

**AUDITORIAS**

**INTERÉS PARTICULAR** ✓  
**INTERÉS EMPRESA** x

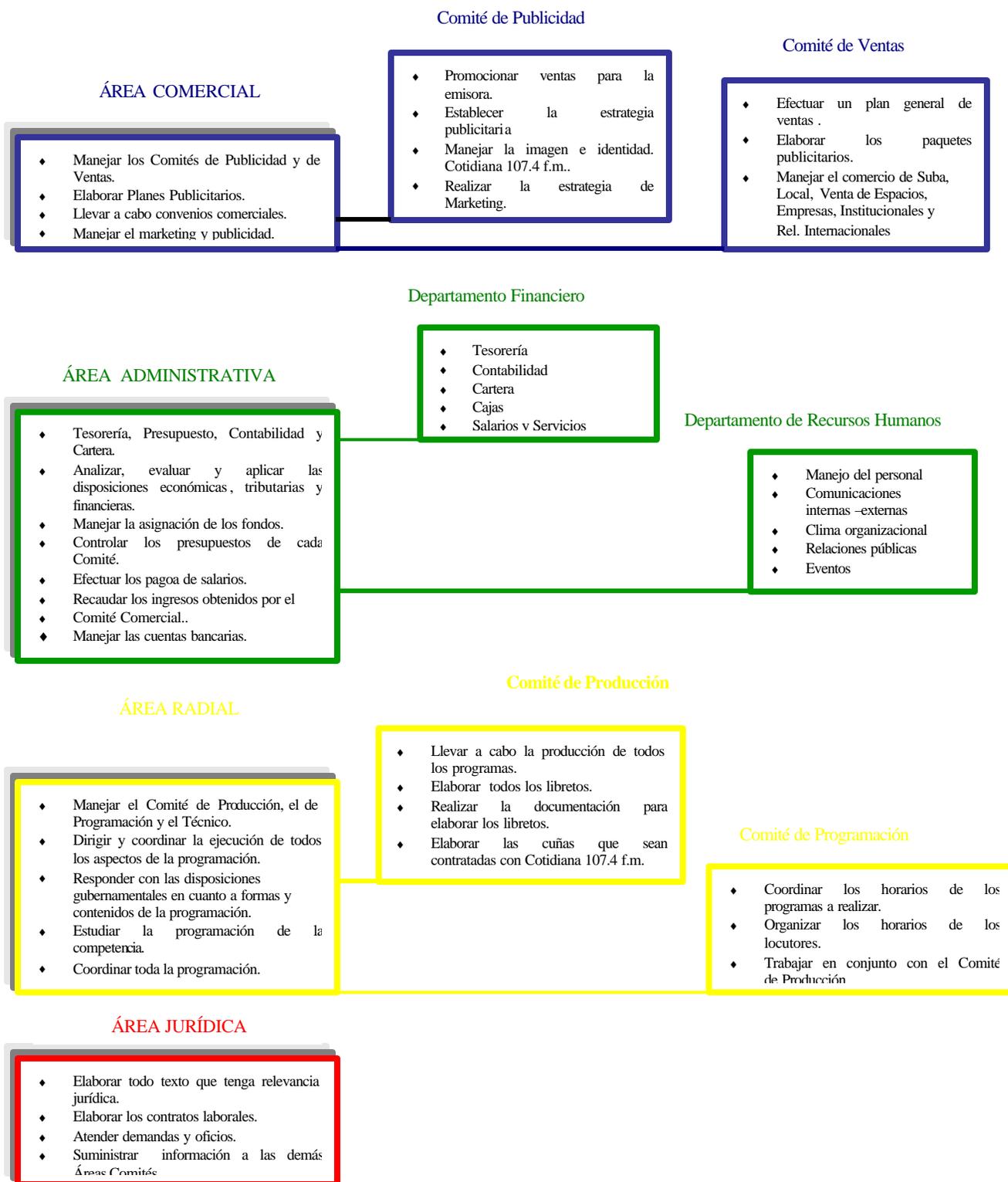
### CUADRO No. 3

#### 4.3.1. ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL



## CUADRO No. 4

### 4.3.3. FUNCIONES DE LAS ÁREAS Y DE LOS COMITÉS



## CUADRO No. 5

### 4.3.4.2.2. HORARIO DE PROGRAMACIÓN

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
07:00 – 07:30	Música	Música	Música	Música	Música	Gobernación de Cundinamarca	Música
07:30 – 08:00	Música	Música	Música	Música	Música		Música
08:00 – 09:00	Música	Música	Música	Música	Música	Música	Música
09:00 – 09:30	<b>Camerino Deportivo</b>	Música	<b>Cota Verde Ecología</b>	<b>Camerino Deportivo</b>	Música	Música	Música
09:30 – 10:00		Música			Música	Música	Música <b>Milenio Comisaría de Familia</b>
10:00 – 10:30	Música	Música	Música	Música	Música	Música	
10:30 – 11:00	Música	Música	Música	Música	Música	<b>La Bomba Variedades</b>	Música
11:00 – 11:30	Música	Música	Música	Música	Música		Música
11:30 – 12:00	Música	<b>Diana en la Olla Culinaria</b>	Música	Música	<b>Diana en la Olla Culinaria</b>	Música	Música
12:00 – 12:30	Música		Música	Música	Música	Música	Música
12:30 – 01:00	<b>Zona Vallenata</b>	<b>Zona Vallenata</b>	<b>Zona Vallenata</b>	<b>Zona Vallenata</b>	<b>Zona Vallenata</b>	Música	Música
01:00 – 01:30	Música	Música	Música	Música	Música	<b>Vida Cotidiana Noticiero</b>	Música
01:30 – 02:00	Música	Música	Música	Música	Música	<b>Conteo Las 20</b>	Música
02:00 – 02:30	Música	Música	Música	Música	Música		Música
02:30 - 03:00	Música	Música	Música	Música	Música	<b>Pegaditas</b> Conteo de	<b>Viejoteca</b> Música de Antaño
03:00 - 03:30	Música	<b>Té para Cuatro</b> Casa Santa Cruz	Música	Música	Música		
03:30 - 04:00	Música		Música	Música	Música	<b>Cotidiana</b>	
04:00 - 04:30	<b>Pares Cotidianos</b>	<b>Trilogía</b>	<b>Discoteca Abierta</b>	<b>Trilogía</b>	<b>Pares Cotidianos</b>	Música	
04:30 - 05:00						Música	
05:00 - 05:30	Música	Música	<b>Manuscritos</b> Civismo y Urbanidad	Música	Música	Música	
05:30 - 06:00	Música	Música		Música	Música	Música	
06:00 - 06:30	Música	Música	Música	<b>Salsa y Son</b>	<b>Cotidiana Remix</b> Mezclas Perfectas	<b>Cotidiana Remix</b> Mezclas Perfectas	Música
06:30 - 07:00	Música	Música	Música				Música
07:00 - 07:30	<b>Full Twisted</b> Música Anglo	<b>El Toque de las Diosas</b> Temas del Amor	<b>Hora Clandestina</b> Rock en Español	Música			Música
07:30 - 08:00				Música			Música

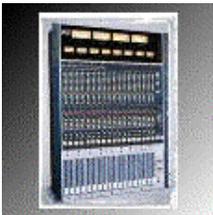
**CUADRO No. 6**

**4.3.4.4.2. FUNCIONAMIENTO TÉCNICO DE LA EMISORA**

**DIAGRAMA GENERAL**



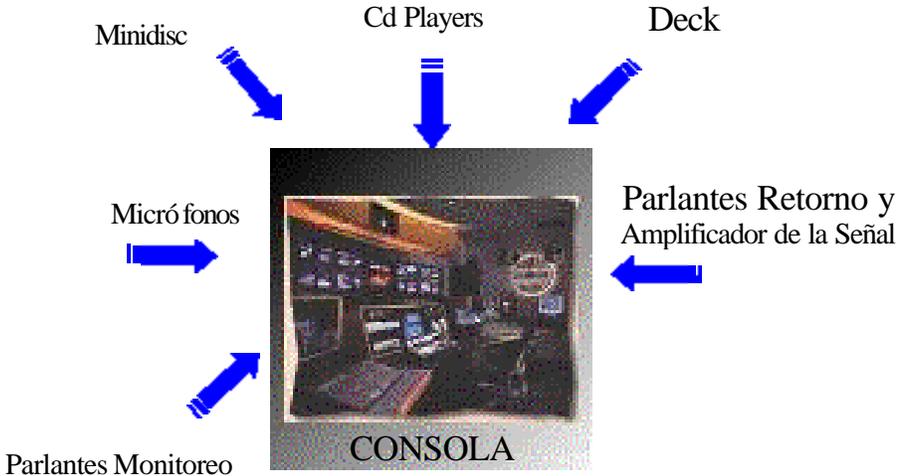
**ESTUDIOS Cota, Centro**



**RADIO ENLACE**



**SISTEMA IRADIANTE 4 kilómetros al sur**



Transmisor Enlace



Antena Enlace



Receptor Enlace



Antenas de Transmisión

Transmisor TX300 107.4



Radio receptor F.M. sintonizado en 107.4

## CUADRO No. 7

### 4.4.9. IMPACTO COMUNITARIO

#### TRANSMISIONES

- Radiotones
- Eje Cafetero
- Centro Suba
- Encuentro de Disc-Jockeys
- Torneo de banquitas “Copa Camerino”
- XIII Maratón del Altiplano
- Ferias y Fiestas de Cota

#### MOVILIZACIONES

- La Caravana Coca Cola
- Dos radiotones
- Incendio en el Cerro Galilea
- Ferias y Fiestas de Cota

#### CONTENIDO Y PROYECCION

- Manuscritos
- La Tienda
- Cota Verde
- Té para Cuatro
- ComuniCAR
- Milenio
- PROCOMÚN – ETERNIT
- Primer Encuentro Cotidiano
- Convenios

#### VINCULACIÓN AL MUNICIPIO

- Majuy Tv – Terracota – Cotidiana
- ASOCENTRO
- Fiestas en las veredas

#### PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD

- Diana en la Olla
- Camerino Deportivo
- La Bomba
- Noticiero Vida Cotidiana
- Full Twisted
- La Viejoteca

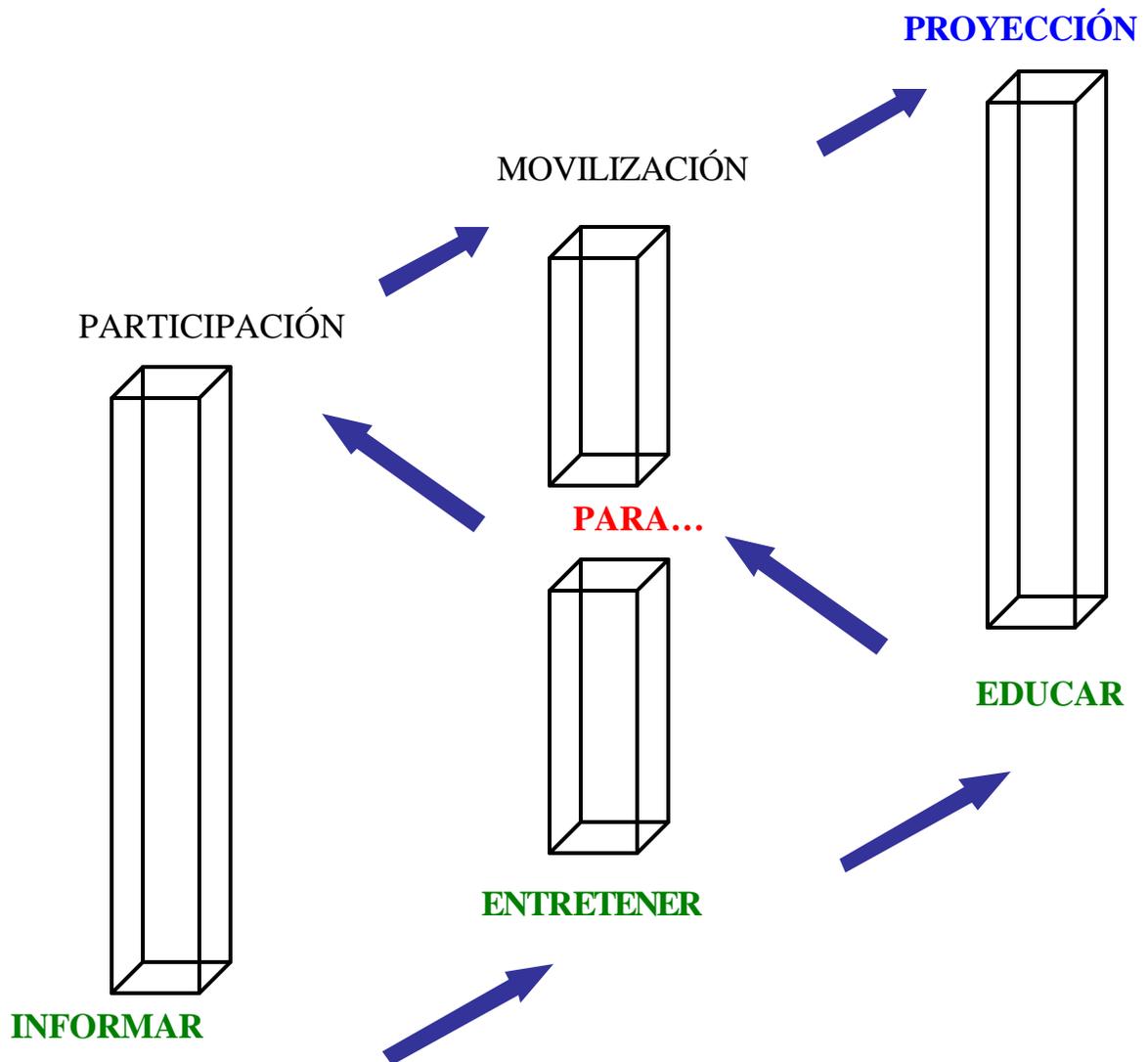
#### ENTREVISTAS

- [V@llet](#)
- Andrés Cepeda
- La Gamba
- Alquimia
- Andrés González Díaz

**CUADRO No. 8**

**5.4. CUADRO EXPLICATIVO  
DE LOS PILARES DE COTIDIANA**

**PROMOCION DE LA  
COMUNIDAD**



## 7. CONCLUSIONES

- La idea de crear una empresa que a la vez sea un medio de comunicación no es un proyecto utópico; sí es una tarea demandante y exigente, pero aprovechando adecuadamente los recursos disponibles y las oportunidades que se presentan todo es posible.
- Los medios de comunicación comunitarios, en especial los de radio, son un excelente medio para fomentar el desarrollo social, cultural, educativo y económico de una comunidad determinada.
- Con el ejemplo de Cotidiana 107.4 f.m. queda claramente demostrado que un proyecto social sí es viable en Colombia; que todavía existen quienes creen en este tipo de proyectos y en la necesidad de fomentarlos para promover una sociedad mejor.
- Una emisora comunitaria no es una radio hecha con las uñas, no es una radio pirata, clandestina, de barrio o de pueblo, ni necesariamente tiene que ser de baja calidad en su producción y en su programación. Cotidiana 107.4 f.m. y otras tantas emisoras de esta índole han demostrado que cuentan con los recursos técnicos, humanos y financieros suficientes para emitir una señal de calidad y alcanzar un nivel respetable de audiencia frente a sus competidoras, las emisoras comerciales.

- Es claro que los medios de comunicación funcionan cimentados en tres pilares fundamentales; pero uno de esos tres pilares está abandonado en el olvido. El proyecto de Cotidiana ha logrado rescatar el pilar de la Educación y demostrar que aprovechándolo al máximo es como un medio de comunicación cumple a cabalidad con su verdadera función social.
- Los autores proponen tres nuevos pilares para los medios de comunicación participación, proyección y movilización. Si estos tres nuevos pilares propuestos fueran tenidos en cuenta el efecto de los medios sobre la sociedad se incrementaría ostensiblemente. Los medios de comunicación no pueden estar dirigidos en un solo sentido emisor – receptor; es necesario que los oyentes pasivos se conviertan en emisores activos para poder empezar a generar el cambio que la sociedad está demandando.

## 8. BIBLIOGRAFIA

1. El Medio Invisible. Radio Pública, Privada, Comercial y Comunitaria. Peter M. Lewis y Jerry Both. Editorial Paidós. 1999. Barcelona
2. Revista Uno, Dos, Tres Probando. Ministerio de Comunicaciones de Colombia. Enero de 1997 pag 12, 15
3. Los Caminos de la Radio Comunitaria. Ministerio de Comunicaciones de Colombia, Proyecto de Comunicación para la Infancia y la Mujer y Proyecto Enlace. Pag 7, 22. 1996
4. KAPLUN, Mario. Comunicación entre Grupos. El Método del casete – Foro, pag 12, 90
5. Producción de Programas de Radio. Mario Kaplun, CIESPAL, 1978, pags 17 - 25
6. Radiodifusión para la Innovación (The Role of Broadcasting in Rural Communication). Joseff Eschenbach. Editorial Epoca. Quito – Ecuador. 1978 pags 27, 28, 29