

**REFERENCIA PARA LA INTEGRACIÓN DE NUEVOS CONCEPTOS Y ACTUALIZACIÓN
DEL MANUAL DE ESTILO DE LA EMISORA COMUNITARIA JUVENTUD STEREO 93.1
FM DEL MUNICIPIO DE NEIRA, CALDAS**

FANNY LUCÍA PEDRAZA VALENCIA

**UNIVERSIDAD DE MANIZALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
MANIZALES
OCTUBRE - 2007**

**REFERENCIA PARA LA INTEGRACIÓN DE NUEVOS CONCEPTOS Y ACTUALIZACIÓN
DEL MANUAL DE ESTILO DE LA EMISORA COMUNITARIA JUVENTUD STEREO 93.1
FM DEL MUNICIPIO DE NEIRA, CALDAS**

FANNY LUCÍA PEDRAZA VALENCIA

Trabajo de grado

Producto mediático

Director de trabajo de grado: Jhon Jairo Herrera Sánchez

**UNIVERSIDAD DE MANIZALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
MANIZALES
OCTUBRE - 2007**

CONTENIDO

	PÁGINAS
PRESENTACIÓN.....	3 - 4
1. MARCO CONCEPTUAL.....	5 - 17
1.1 Propuesta.....	5
1.2 Antecedentes.....	5 - 7
1.3 La Radio Comunitaria en Colombia.....	7 - 8
1.4 Estudios académicos sobre la Radio Comunitaria.....	8 - 11
1.5 El municipio de Neira.....	12
1.6 Juventud Estéreo 93.1 FM.....	13
1.7 Estructura organizacional de Juventud Estéreo	14 - 17
1.8 Asociación de Comunicación Juventud Estéreo.....	17
1.9 Políticas de la Emisora.....	18
2. OBJETIVOS.....	19
3. JUSTIFICACIÓN.....	20 - 22
4. MARCO TEÓRICO.....	23 - 29
5. METODOLOGÍA.....	30 -37
5.1 Sondeo de opinión.....	30 - 37
6. CONCLUSIONES.....	38 - 40
7. RECOMENDACIONES.....	41 - 62
7.1 Introducción.....	41 - 44
7.2 Documento Final: Manual de Estilo.....	45 - 56
7.3 Socialización del Manual de Estilo.....	57 - 62
8. BIBLIOGRAFÍA.....	63 - 65
9. ANEXOS.....	66

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado, del tipo de intervención o producción, es un acercamiento con la emisora comunitaria Juventud Estéreo 93.1 Neira que permite observar los parámetros legales sobre los cuáles una emisora debe trabajar bajo el título de comunitaria.

Para tal fin, se observó, se analizó y se propusieron algunas modificaciones para el manual de estilo que esta emisora local de Neira Caldas ya posee, y así, entregar un documento guía que permita incorporar conceptos no manejados dentro del manual existente y la emisora misma; todo esto, basado en encuestas realizadas a la población del municipio, contextualización y fundamentación teórica e interpretación del decreto 1981 de 2003, donde se refiere textualmente:

Manual de Estilo:

Documento público que contiene las políticas, los principios y criterios propios de una emisora comunitaria, con los cuales se protegen los derechos de la audiencia, se evita la incitación a la violencia, a la discriminación y se garantiza el pluralismo informativo, de conformidad con los fines del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora¹.

¹ PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Disposiciones generales. En: Diario Oficial 45.252, Decreto 1981 de 2003 del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora. Capítulo I. Artículo 2° Manual de Estilo.

De esta forma, y con base en el estudio y seguimiento que se inició desde el año 2003, se propone un documento en el cual se tracen los lineamientos para suplir las necesidades comunicativas, políticas de programación, plan estratégico para la sostenibilidad económica y social y propósitos generales que debe caracterizar una emisora comunitaria. Así mismo se pretende brindar un apoyo y una opción para que su responsabilidad social satisfaga su público y cumpla con los objetivos que ellos se plantean:

“La responsabilidad social del medio radial se orienta a un compromiso con los ideales democráticos sin dejar ese sentido de libertad, donde no deben prevalecer los intereses personales o grupales, ya que todo este gran trabajo gira en torno a toda una comunidad, la cual espera escuchar y participar de una información confiable y responsable”².

² LÓPEZ LÓPEZ, Leidy y FLÓREZ CÁRDENAS, Cristina. **Plataforma Filosófica: Objetivos.** En: **Práctica empresarial para el mejoramiento de la emisora comunitaria Juventud Stereo Neira 93.1 FM.** Fundación Universitaria Luis Amigó, facultad de Administración de Empresas con énfasis en Economía Solidaria. Manizales, abril de 2002. P. 79.

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1 Propuesta

Entregar a la Asociación Comunitaria Juventud Estéreo, un documento en el cual se tracen los principios y políticas que deben regir la emisora comunitaria de Neira, Caldas Juventud Estéreo 93.1, según lo estipula la normatividad colombiana en esta materia (Decreto 1981 de 2003)

1.2 Antecedentes

“Las primeras emisoras públicas de radio tienen lugar, por primera vez, en el año de 1912 a raíz de la proliferación de señales de radio provenientes, en especial, del transporte marítimo y de las estaciones terrestres de comunicación”³.

El período formativo de la radio en Estados Unidos comenzó en 1919, en ésta época pasó rápidamente de estar dominada por el Estado a convertirse en un medio comercial; “su desarrollo prosiguió sin mucha preocupación por la planificación de frecuencia ni por el servicio público”⁴.

En 1922, inició el establecimiento de la Radiodifusión en Gran Bretaña, para ellos, era importante diferenciarse de su gran competencia norteamericana.

Para tal fin, los principios básicos de la BBC “situaban a la audiencia como receptora más que como emisora, en ella los locutores compartían la idea de que

³ Cfr. PAREJA, Reynaldo. *Historia de la Radio en Colombia: 1929-1980*. Servicio colombiano de Comunicación Social. Bogotá, 1984. En: *Guía temática del periodismo, biblioteca virtual Banco de la República*. www.lablaa.org/ayudadetareas/periodismo/perts.htm (Consulta: marzo de 2005).

⁴ Cfr. LEWIS, Peter y BOOTH, Jerry. *Libertad para todo: El modelo norteamericano*. En: *El medio invisible: Radio pública, comercial y comunitaria*. Editorial Paidós. España, 1989. Capítulo 3. P. 59.

sabían lo que el público necesitaba”⁵. Lo público comienza a tener vigencia y a ser importante para la evolución de los medios masivos de comunicación, ya que por medio del servicio a la comunidad, los productores podían llegar más a sus audiencias.

Después de esto, la BBC de Londres exploró la Radio Local, que pretendía **“utilizar un estilo y un contenido más popular en la radio”**. Sin embargo, “el fracaso de la radio local británica tuvo como respuesta la creación de la radio comunitaria; sus objetivos eran tanto la reforma de las estructuras y de la práctica de la radiodifusión como la apertura de un espacio para emisoras autónomas de control local”⁶.

En Gran Bretaña, a partir de este modelo, el Comité Annan adquirió la idea de que las cooperativas y empresas no lucrativas podían implicar directamente a las comunidades en la propiedad de emisoras de radio. Fue así como, en 1977, se constituyó El Grupo de Comunicaciones Comunitarias (COMCOM) que tenía como objetivos iniciales recopilar la experiencia del cable comunitario, establecer contactos con los diferentes sectores del movimiento comunitario de las artes y dar respuesta al informe Annan.

La COMCOM publicó los estatutos de la Radiodifusión Comunitaria en 1979; después de disolverse la COMCOM, se dieron otros acontecimientos que reforzaron la radio comunitaria, entre ellos la adjudicación de licencias experimentales en enero de 1985⁷.

En Estados Unidos, la radio comunitaria **“concebía al oyente como sujeto participante tanto en el plano político como artístico”**. Una de las primeras

⁵ LEWIS, Peter y BOOTH, Jerry. **Saben que pueden confiar en nosotros: El modelo de servicio público**. En: **El medio invisible: Radio pública, comercial y comunitaria**. Editorial Paidós. España, 1989. Capítulo 4. P. 104.

⁶ LEWIS, Peter y BOOTH, Jerry. **El movimiento de radio comunitaria**. En: **Servicio a la comunidad y a la nación**. En: **El medio invisible: Radio pública, comercial y comunitaria**. Editorial Paidós. España, 1989. P. 147.

⁷ Cfr. LEWIS, Peter y BOOTH, Jerry. *Ibidem.*, P.p. 148-150.

emisoras fundada para respaldar al oyente fue la Pacífica, KPFA, quien obtuvo su licencia en 1949 y promulgaba una programación diversa y original donde el oyente se convertía en su propio patrocinador y disponía de un servicio que intentaba satisfacer sus necesidades.

En 1975, se formó la Federación Nacional de Radiodifusores Comunitarios, NFCB, fundada por 15 emisoras y algunos solicitantes de licencias; ésta Federación promovía como características de la radio comunitaria dos aspectos: La comunidad local como elemento de control, normalmente por medio de una junta o gerente, y el compromiso al acceso por parte de la comunidad, especialmente para aquellos que normalmente estaban excluidos de los medios de comunicación, como las mujeres, grupos étnicos, la gente de color, los ancianos y la gente joven⁸.

1.3 La Radio Comunitaria en Colombia

En el caso colombiano, la búsqueda de una radio comunitaria empieza por la experiencia de Radio Sutatenza en 1947.

“El Valle de Tenza era una comunidad de ocho mil habitantes ubicada en el departamento de Boyacá; allí, el padre José Joaquín Salcedo Guarín sabía que la radio era el vehículo más efectivo para llevar la educación a los adultos de las zonas rurales más apartadas de Colombia. Fue así como Radio Sutatenza inició sus emisiones con un transmisor de 90 vatios y obtuvo una licencia provisional del Ministerio de Comunicación de Colombia, pero en 1949 se le adjudicó una licencia legal para operar, y sus programas educativos y culturales comenzaron a

⁸ Cfr. LEWIS, Peter y BOOTH, Jerry. *El oyente como participante*. En: *El medio invisible: Radio pública, comercial y comunitaria*. Editorial Paidós. España, 1989. P.p. 161-168.

transmitirse en un radio de mil kilómetros. Después, Radio Sutatenza se trasladó a Bogotá y cubrió las ciudades de Cali, Barranquilla, Magangué y Medellín”⁹.

La programación de Radio Sutatenza se basaba en capacitar a personas adultas a distancia en cinco grandes ejes: Salud, alfabeto, números, trabajo y espiritualidad. Sus actividades eran apoyadas por la Iglesia católica de Alemania, el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo, el periódico El Campesino y la ACPO, Asociación Cultural Popular, entre otros¹⁰.

De esta forma, se inició la búsqueda de una radio preocupada por la calidad en la información que transmitía y por generar mayores índices de participación ciudadana, en donde los radio - escuchas empezaron a valorarse como sujetos activos en búsqueda de aprendizaje y no como objetos utilizados para ganar audiencia.

1.4 Estudios académicos sobre la Radio Comunitaria en Colombia

Experiencias como las ya mencionadas y la normatividad en materia de radio comunitaria en Colombia (dec 1447 de 1995 y 1981 de 2003), sirvieron como base para realizar estudios académicos que concluyen sobre el uso inapropiado de este modelo radial en nuestro país y el desconocimiento de los fines y propósitos de la radio comunitaria por parte de los operadores de este servicio.

“El balance del Ministerio de Comunicaciones, sobre el proceso de adjudicación de frecuencias en la modalidad de radiodifusión comunitaria en 1995, fue altamente positivo. Todos los procedimientos relacionados con la convocatoria y evaluación de las solicitudes se llevaron a cabo teniendo en cuenta el Decreto 1447 de 1995 que reglamentó por primera vez la radiodifusión comunitaria en Colombia. La adjudicación se hizo mediante la resolución No. 1420 de marzo 11

⁹ GUMUCIO DAGRON, Alfonso. *Experiencias: Radio Sutatenza*. En: *Haciendo Olas: Historias de comunicación participativa para el cambio social*. The Rockefeller Foundation. New York. 2001. P.p. 42-43.

de 1997. Para acceder a este servicio se presentaron 1311 solicitudes, de las cuales se seleccionaron 401, es decir el 31.2%.

En la segunda convocatoria realizada en 1997, el procedimiento de selección y evaluación de las solicitudes se llevó a cabo teniendo en cuenta el decreto en mención, y la adjudicación se hizo mediante la resolución No. 5120 de diciembre 17 de 1997. Se presentaron 352 solicitudes de las cuales se seleccionaron 155, es decir, el 44%”¹¹.

“Esto llevó a que el actual gobierno expidiera el decreto 1981 de 2003 en donde se convocó a 440 municipios más para la asignación de una radio comunitaria, pero ya de manera diferente a como se había hecho en los gobiernos anteriores (...)”¹².

En este nuevo proceso, el procedimiento fue dividir el País en cinco regiones para gradualmente hacer la selección de los proyectos viables. Para esto se tuvieron en cuenta criterios como: demostrar capacidad económica y de gestión para que estas estaciones de radio sean autosostenibles, respaldo de la comunidad y alta representatividad de la comunidad en la organización proponente.

A partir de estas experiencias y de las nuevas radios comunitarias que surgen en nuestro país se han realizado algunos trabajos de grado que analizan qué es lo comunitario y responden si de verdad las radios que dicen ser comunitarias cumplen con los objetivos de la comunicación para el desarrollo y la participación ciudadana.

¹⁰ Cfr. GUMUCIO DAGRON, Alfonso. Idem.

¹¹ PEREIRA G., José Miguel. **Comunicación y ciudadanía: Apuntes para comprender los procesos de las radios y televisiones locales y comunitarias en Colombia**. Texto presentado en el V Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación -ALAIIC-. Santiago de Chile, abril 26 al 29 de 2000.

¹² OBANDO, Ilia Marina. En: www.legislaciones.amarc.org. Consulta realizada febrero de 2006.

Los autores que se referencian a continuación, ponen en consideración temas como: Ciudadanía, participación, cultura, comunidad, desarrollo, comunicación entre otros, los cuales son importantes para la discusión, replanteamiento y actualización del manual de estilo de la emisora comunitaria de Neira “Juventud Stereo 93.1 FM”.

Alexandra Alzate y Luz Adriana González, autoras del trabajo **CRITERIOS COMUNICATIVOS PARA LA PARTICIPACIÓN SOCIAL EN EL DESARROLLO LOCAL**, enuncian que “es en lo local donde se encuentran las condiciones necesarias para que los ciudadanos puedan ejercer, de una manera voluntaria, responsable y consecuente, los deberes y derechos que han sido concertados en el acto democrático y que deben ser garantizados por el Estado”¹³.

Ellas se basan en la función social que cumple el canal regional de televisión Telecafé en un ámbito local como lo es el eje cafetero, abriendo camino a nuevas discusiones como la realizada en la investigación **UNA MIRADA A LOS ESPACIOS DENOMINADOS DE PARTICIPACIÓN COMUNITARIA EN LA RADIO COMERCIAL DE MANIZALES EN EL AÑO 2001**.

Aquí, los estudiantes Diana Paola Betancourt y Jhon Fredy Franco toman experiencias de cuatro programas radiales realizados por diferentes emisoras comerciales de la ciudad y visualizan si éstas tienen claro el sentido de lo participativo y lo comunitario, y el cumplimiento de las normas que rigen la radiodifusión en Colombia.

El asesor en proyectos de la emisora comunitaria Comunal Estéreo - del barrio San Judas en la ciudad de Cali - Jorge Enrique Caicedo, explica en su **PROYECTO DE CAPACITACIÓN EN RELIZACIÓN Y MONTAJE DE UNA ESTACIÓN RADIOFÓNICA**,

¹³ ALZATE, Alexandra y GONZÁLEZ, Luz Adriana. **Criterios comunicativos para la participación social en el desarrollo local**. Trabajo de grado, facultad de Comunicación Social y Periodismo. Universidad de Manizales. 2001. P.2.

que la radio es el medio de comunicación con mayor penetración, accesibilidad y versatilidad frente al consumo y a la producción comunitaria y popular.

Además, afirma que las emisoras comunitarias “son el producto de la acción popular y colectiva en busca de alcanzar niveles de vida óptimos y equitativos”¹⁴, así como lo analiza Ana Lucía González en su propuesta de grado **LA RADIO COMUNITARIA: EL CAMINO HACIA UNA DEMOCRACIA PARTICIPATIVA**.

El objetivo de este trabajo es “dar unas primeras luces en torno a la situación actual de las emisoras comunitarias en Colombia y plantear cómo pueden convertirse en espacios de participación comunitaria dentro de la esfera pública”¹⁵.

Es así como algunas de las experiencias realizadas por comunicadores, estudiantes e investigadores exploran temas relacionados con la democracia, la esfera pública, sociedad civil, comunicación para el desarrollo, participación y cultura, resaltando la labor de la comunidad en la radio, en busca de una participación sólida y duradera, capaz de generar nuevos estilos para expresar y comunicar el diario vivir y transcurrir de las personas que construyen ciudadanía.

Como último caso, los investigadores Gabriel Gómez y Juan Carlos Quintero, en el **DIAGNÓSTICO REALIZADO PARA LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MINISTERIO DE COMUNICACIONES**, expresan: “La radio comunitaria es un reto que no se planea a corto plazo y es responsable de ofrecer un buen servicio a todas las audiencias potenciales y reales”¹⁶.

¹⁴ CAICEDO, Jorge Enrique. *Qué es y para qué sirve una radio comunitaria*. En: *Proyecto de capacitación en realización radial y montaje de una estación radiofónica*. 1998. P. 5

¹⁵ GONZÁLEZ PAZ, Ana Lucía. *La radio comunitaria: El camino hacia una democracia participativa*. Trabajo de grado, facultad de Comunicación y Lenguaje. Pontificia Universidad Javeriana. Febrero, 2000. P. 1.

¹⁶ MINISTERIO DE COMUNICACIONES y ACPO. *Diagnóstico del servicio de radiodifusión comunitaria*. 2003

1.5 El municipio de Neira

Llamada así en homenaje al general José Juan Neira, héroe de la independencia, el municipio de Neira se encuentra ubicado en el sur occidente de Caldas, a 21 Km de la ciudad de Manizales¹⁷.

Su primer conquistador fue Jorge Robledo en 1540; la población se fundó en 1842 por Pedro Carlos y Manuel Holguín, José Arango, Cornelio y Antonio Marín, Marcelino Palacio, Elías González y Manuel Grisales, entre otros colonos antioqueños¹⁸.

Actualmente su población es de 26 mil 695 habitantes, con una excelente producción de café, caña de azúcar y ganado. Entre sus eventos más representativos se encuentran: la Cabalgata de la Quema de San Judas (en Noviembre), el Festival de Música Campesina y Trova (en octubre) y la Exposición Equina Grado B (segundo puente de Noviembre)¹⁹.

En el ámbito educativo, Neira cuenta con los colegios y escuela públicas, en las cuales hay matriculados 2 mil 603 alumnos en la zona urbana y 2 mil 983 en la rural. Además se realizan talleres de teatro, danza, madera, artes plásticas, literatura y música, liderados por la Gobernación de Caldas a través de la Secretaría de Educación de Caldas²⁰.

En cuanto al turismo, este municipio deleita a sus visitantes y pobladores con sitios turísticos como: La Quebrada de Pantanillo, el Bosque de Protección Central, Ruta al Hoyo Frío, Camino de la Moravía, Ruta de las Cascadas de la Concha, entre otros²¹.

¹⁷ Senado de la República. Departamento de Caldas. En: **Municipios Colombianos: Índice monográfico de los municipios del país**. Editorial Editoláser. Bogotá, 1989. P. 117.

¹⁸ Senado de la República. Ídem.

¹⁹ SECRETARIA DE EDUCACIÓN DE CALDAS. Página web: www.sedcaldas.gov.co.

²⁰ SECRETARIA DE EDUCACIÓN DE CALDAS. Ídem.

1.6 Juventud Estéreo 93.1 FM

“Juventud Estéreo Neira 93.1 FM, es una emisora comunitaria creada por y para la población neirana, con el fin de brindar apoyo, servicio y entretenimiento, tanto a la región urbana como rural”²².

Juventud Estéreo fue reconocida legalmente mediante la resolución 002832 del 11 de junio de 1997²³ luego de participar en la primera convocatoria del Ministerio de Comunicaciones para la concesión de licencias para operar emisoras comunitarias de carácter local.

Según Luis Gonzaga Correa, actual director de la emisora, “la emisora se creó en el año de 1997 mediante una asociación sin ánimo de lucro, donde los socios aportaron capital por partes iguales”²⁴, pero fue hasta Junio de 2001 que se originaron las primeras transmisiones.

“Inicialmente, el estudio de emisión estaba localizado en el barrio Carlos Parra de Neira, donde sus condiciones eran precarias, pues la antena de transmisión no cubría la población deseada. En el 2001, su director optó por trasladar las instalaciones al centro del municipio donde, a través de su antena ubicada en el Cerro Tutelar - el Ramal del roble, Cordillera Central-, tenían un contacto más personal y diario con la gente”²⁵.

Actualmente, Juventud Estéreo cubre la totalidad del municipio de Neira (incluidas sus veredas) y población cercana de los municipios de Caldas y Antioquia; además cuenta con recursos técnicos y humanos con los cuales pueden cumplir con las disposiciones legales que, sobre radiodifusión sonora existen.

²¹ SECRETARIA DE EDUCACIÓN DE CALDAS. Ídem.

²² LÓPEZ LÓPEZ, Leidy y FLÓREZ CÁRDENAS, Cristina. Op. Cit., P. 79.

²³ MINISTERIO DE COMUNICACIONES. Resolución 002832 del 11 de junio de 1997

²⁴ CORREA GONZAGA, Luis. Director emisora Juventud Estéreo. Comentario abierto sobre los inicios de la emisora. Neira, Caldas. Julio de 2003.

1.7 Estructura organizacional de Juventud Estéreo

Para tal caso, y de acuerdo al documento escrito realizado por Leidy López y Cristina Cárdenas, como trabajo práctico en la carrera de Administración de empresas de la Universidad Luis Amigó, esta emisora propone, en su misión, brindar apoyo, servicio y entretenimiento a toda la población neirana, tanto urbana como rural. Por otro lado, en su propuesta de programación expresan la intención de realizar programas como: periodismo social, radio revista y comunitarios, condiciones y propuestas no se reflejan en la programación actual de la emisora.

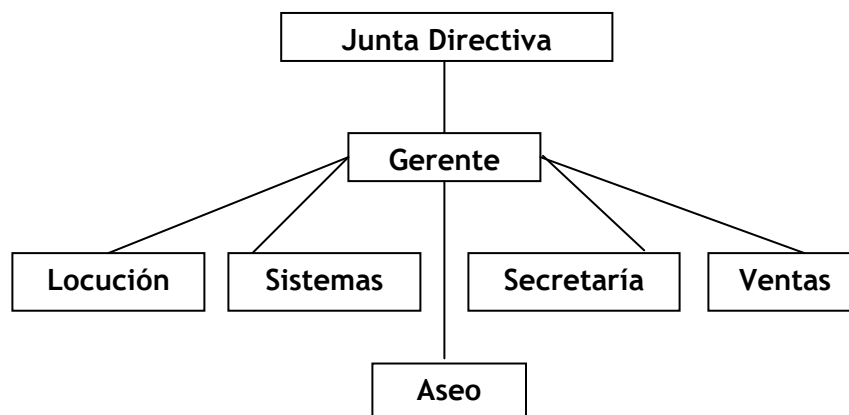
Las emisiones diarias de Juventud Estéreo contienen grandes franjas musicales y espacios realizados por naturistas, brujos y chamanes. Un alto porcentaje de su programación se asemeja a una estación de radio comercial.

Es necesario tener en cuenta, la vinculación de voluntarios capaces de “desarrollar tareas, de reconocer las necesidades del común, de captar y mantener a la gente”²⁶, propiciando un espacio de encuentro y bienestar entre los oyentes (tanto los que participan como los que no lo hacen) y el medio radial, en este caso, la emisora Juventud Estéreo de Neira.

²⁵ Cfr. LÓPEZ LÓPEZ, Leidy y FLÓREZ CÁRDENAS, Cristina. *Ibíd.*, P. 64.

²⁶ MINISTERIO DE COMUNICACIONES. *Estructura organizacional*. En: *Guía de administración para emisoras comunitarias*. Bogotá, 2002. P.36.

A continuación se describe el organigrama de la emisora²⁷:



1.7.1 Junta Directiva: “su función es velar por el cumplimiento de las normas vigentes, emanadas por los organismos de vigilancia y control que regulan, como lo son: el Ministerio de Comunicaciones, Aeronáutica Civil, la DIAN, entre otros”.

- Gestionar y controlar los recursos que se puedan adquirir mediante organismos de orden municipal, departamental y nacional.

1.7.2 Gerente: Realiza los contratos de pauta publicitaria, así como los demás que se presenten por otros conceptos y vigila que estos se cumplan.

- Supervisa el buen desempeño en las funciones de las personas que laboran en el medio radial, facilitando y buscando mecanismos de concertación entre las partes, con el fin de tomar decisiones democráticas y participativas; que garanticen un buen ambiente laboral.

1.7.3 Locutores: Asisten puntualmente a los diferentes turnos asignados por la Gerencia; entre sus funciones están:

- Manipular correctamente y dar buen uso a los equipos de la Emisora.
- Emitir puntualmente y en el horario estipulado las pautas publicitarias, programación y los mensajes de interés.

²⁷ La información sobre la estructura organizacional y sus funciones, fue suministrada verbalmente por la secretaria de la emisora Juventud Stereo, y justificada teóricamente en: LÓPEZ LÓPEZ, Leidy y FLÓREZ CÁRDENAS, Cristina. Plataforma Filosófica: Funciones. *Ibidem.*, P.p. 83-85.

- Mantener buenas relaciones humanas con aquellos que se comuniquen personal y telefónicamente con el ente radial.
- Las demás funciones que les asigne el Gerente.

1.7.4 Vendedores: Promocionan los espacios musicales, así como los programas de interés general (comunitarios), relacionados en el portafolio de servicios ante instituciones de orden privado, público, establecimientos de comercio, y patrocinadores en general.

1.7.5 Secretaria: Atiende al público en general que visite o llame a la emisora Juventud Estéreo para conocer sus instalaciones, solicitar información o participar en los espacios de servicios sociales, mensajes y cumpleaños. Además tiene a su cargo:

- Manejar el archivo de la emisora. Ella o el Gerente, son las únicas personas que pueden acceder y dar a conocer esa información.
- Tener a la orden del día la programación de los espacios radiales y verificar el cumplimiento de los mismos.
- Las demás funciones que le asigne el Gerente.

1.7.6 Sistemas: Quien se encargará de la sistematización de la información, además del buen funcionamiento técnico de los equipos de trabajo.

- Las demás funciones que le asigne el Gerente.

1.7.7 Aseador(a): Realizar las funciones pertinentes que propicien un ambiente sano y limpio en las instalaciones del ente radial.

- Las demás funciones que le asigne el Gerente.

1.8 Asociación de Comunicación Juventud Estéreo - ASCOJUS

Esta Asociación sin ánimo de lucro está reconocida con personería jurídica No. 005444, otorgada el 14 de noviembre de 1995. La Asociación de Comunicación Juventud Estéreo ASCOJUS le fue asignado el Nit 810002460-2.

Según sus estatutos, “la Asociación, tendrá como base fundamental, en el libre desarrollo de sus actividades, promover y difundir programas de interés comunitario a los diferentes sectores de la sociedad (...), y de esta manera propiciar el desarrollo socioeconómico, el sano esparcimiento y los valores esenciales de la nacionalidad(...); impulsar programas de educación(...) y canalizar con el Ministerio de Comunicaciones, y otras entidades, proyectos de comunicación social que dinamicen la participación de la comunidad en la solución de sus problemas; e impulsar todas las actividades de carácter comunitario y servicios sociales que requiera la comunidad en general”²⁸.

Además, especifica la conformación de una “Junta Directiva conformada por: presidente, secretario y tesorero; quienes tendrán, entre otras funciones, la de realizar reformas y crear la estructura administrativa y la planta de personal, y hacer nombramientos si los hubiere(...), las demás funciones que se estimen convenientes o le asigne la asamblea general”.²⁹

Dicha Junta, esta conformada así:

Presidente y Representante Legal: Iván Andrés Correa García

Miembro Junta Directiva: Adriana Milena Correa García

Miembro Junta Directiva: Cristina Florez Cárdenas

²⁸ CAMARA DE COMERCIO DE MANIZALES. Certificado de existencia y supervivencia, Asociación de Comunicación Juventud Stereo. P. 2.

²⁹ CAMARA DE COMERCIO DE MANIZALES. Certificado de existencia y supervivencia, Asociación de Comunicación Juventud Stereo. Órgano Directivo. P. 4.

1.9 Políticas de la Emisora³⁰

MISION

Juventud Estéreo Neira 93.1 FM, es una emisora comunitaria creada por y para la población neirana, con el fin de brindar apoyo, servicio y entretenimiento, tanto a la región urbana como rural.

Ofrece servicio destinado a todas las personas que de una u otra forma se benefician de este medio de comunicación, único para algunos.

VISION

Juventud Estéreo Neira 93.1 FM, pretende ser en el año 2002 una Emisora Comunitaria reconocida regional y departamental como un ente radial que aporta progreso, información y servicio desde varios aspectos del desarrollo humano.

Asi mismo se proyecta un crecimiento en tecnología, audiencia y servicios que le hagan competencia en mercado actual.

PRINCIPIOS

- Respeto: Hacia sus empleados, oyentes y competencia como base fundamental de toda empresa que busca ser reconocida.
- Servicio: Destacarse por su actitud positiva de servicio, con todas las personas que tengan relación directa e indirecta.
- Progreso: No sólo propio, al ser una emisora competitiva, sino en el progreso de toda la comunidad en general.

³⁰ La información sobre la estructura organizacional y sus funciones, fue suministrada verbalmente por la secretaria de la emisora Juventud Stereo, y justificada teóricamente en: LÓPEZ LÓPEZ, Leidy y FLÓREZ CÁRDENAS, Cristina. Estudio Administrativo: Plataforma Filosofica. Ibidem., P.p. 83-85.

2. OBJETIVOS

2.1 General

Revisar y actualizar el manual de estilo de la emisora comunitaria Juventud Estéreo, del municipio de Neira, como documento guía para dinamizar procesos de comunicación y participación de esta localidad.

2.2 Específicos

- ◆ Aplicar los parámetros establecidos por la normatividad colombiana en materia de emisoras comunitarias, estipulados en el decreto 1981 de 2003³¹.
- ◆ Insertar nuevos conceptos para el mejoramiento estructural y sostenibilidad social y económica de la emisora.
- ◆ Propiciar los mecanismos para que Juventud Estéreo se consolide como una emisora comunitaria dentro del ámbito local, regional y nacional.
- ◆ Identificar las necesidades y falencias en términos comunicativos, de participación, de ciudadanía y de cultura que presente el manual de estilo de esta emisora, por medio del análisis de una encuesta realizada a los habitantes del municipio.
- ◆ Entregar a los representantes de la Asociación de Comunicación Juventud Estéreo, un documento que les permita afianzar sus procesos de radio comunitaria con la participación de la comunidad.

³¹ En este decreto el gobierno ratifica la existencia de los medios de comunicación alternativos, entendidos éstos como instrumentos de ejecución, de interacción, de socialización, de edificación y de construcción en sociedad.

3. JUSTIFICACIÓN

¿Qué es lo comunitario? ... El no conocer este término nos invita a negar nuestra propia existencia y a olvidar que somos nosotros, el pueblo, la audiencia, los televidentes, los lectores, los que hacemos comunidad y, por ende, lo comunitario.

Comunitario, "puede entenderse como lo común a todos, lo que puede ser visto y oído por todos, en oposición a lo privado y a lo secreto (...) por lo tanto, deviene de una construcción conjunta de la realidad que permite la socialización y expresión de ideas, sentimientos, intereses y necesidades (...) que parte del respeto, la valoración y la validación del otro"³².

Por esto, algunas emisoras le apuestan a lo comunitario, "a la radio en la comunidad, para la comunidad, acerca de la comunidad y por la comunidad (...) estaciones operadas colectivamente por las personas de la comunidad, dedicadas al desarrollo, la educación y el fortalecimiento de los individuos, que adhieren a los principios de democracia y participación"³³.

Y para que estas emisoras funcionen de acuerdo a principios como el de participación, de democracia y de colectividad, es necesario que sus objetivos promuevan "el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de identidades culturales y sociales"³⁴.

De esta forma, "la radio comunitaria se configura en un instrumento que posibilita la redefinición y afirmación de roles sociales, que dinamiza la

³² RESTREPO, Olga Luz y OSORIO, Luis Carlos. **Reflexión Introductoria: Participación y comunicación en la construcción de comunidad.** En; **Historias de Participación: Memorias del proceso.** Ministerio de Cultura y HEMERA Comunicar. Tonos Gráficos. Bogotá, Colombia, 2000. P.p. 20 - 21.

³³ Cfr. FARCO. Federación Argentina de Radios Comunitarias. **Qué es la radio comunitaria.** En: www.prodigyweb.net.mx/laboetie/queradiocomunitaria.htm (Consulta: marzo de 2005)

³⁴ PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. **Fines y características del servicio.** En: **Diario Oficial 45.252, Decreto 1981 de 2003 del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora.** Capítulo II. Artículo 3º Fines del servicio.

participación de organizaciones y ciudadanos en la construcción de lo público y les permite pasar de una posición de receptores pasivos a interlocutores constructores de un proceso común, dando sentido y significado al discurso, porque en esos casos la palabra es acción”³⁵.

El informe que se presenta a continuación obedece a un seguimiento y evaluación del quehacer de la emisora Juventud Estéreo durante los meses de julio a octubre de 2004, el cual dio como resultado que su programación no es coherente con las políticas establecidas en su manual de estilo y las normas vigentes en radiodifusión. En este sentido se propone un nuevo documento que responda al llamado que el Gobierno a hecho a las radios comunitarias de crear “un documento público que contenga las políticas, los principios y criterios propios de una emisora comunitaria, con los cuales se protegen los derechos de la audiencia, se evita la incitación a la violencia, a la discriminación y se garantiza el pluralismo informativo, de conformidad con los fines del Servicio Comunitario de Radiodifusión Nacional”³⁶.

Este trabajo es el resultado de un seguimiento a la programación, sondeo de audiencia y análisis de documentos de la emisora Juventud Estéreo del municipio de Neira - Caldas. Metodológicamente se indaga con sus oyentes cómo perciben lo que escuchan, se revisó el manual de estilo vigente y se hizo un seguimiento de emisión por un tiempo determinado.

Luego de esas revisiones y seguimiento, se determinó que esta estación local de radio no cumple en su totalidad como comunitaria y por esto se hace necesario modificar su manual de estilo y motivar su correcta utilización.

A partir de los antecedentes en el surgimiento de Juventud Estéreo, su manual de estilo y la normatividad colombiana, se integrarán nuevos conceptos para el manual vigente de la emisora neirana, en busca de plasmar los lineamientos

³⁵ RESTREPO, Olga Luz y OSORIO, Luis Carlos. Op. Cit. P. 23.

³⁶ PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Disposiciones generales. En: Diario Oficial 45.252, Decreto 1981 de 2003 del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora. Capítulo I. Artículo 2º Manual de estilo.

básicos que establezcan la parrilla de programación de tal manera que refleje nuevas formas de ver la radio e involucre a los oyentes en “procesos sociales y de simbolización, representación y creación de sentido que acompañan y alimentan el fluir de la vida social”³⁷, en este caso la comunidad del municipio de Neira, Caldas.

³⁷ El Gazi, Jeanine. **Qué suene la radio**. Unidad de Radio. Ministerio de Cultura. Bogotá, P. 9.

4. MARCO TEÓRICO

“Desde el nacimiento de las empresas radiales en el mundo, hacia los años veintes, la producción radiofónica se desarrolló básicamente por dos vías: El modelo comercial de origen americano, con la creación de la Radio Corporation of America (RCA) en 1919; y el modelo de interés público, una propuesta británica, con la British Broadcasting Company (BBC) en 1922”³⁸.

Fue por medio de la aparición de estas organizaciones que la radio comenzó a ser un testimonio de la ideología de los oyentes y de la comunidad que se involucraba con ella. De este modo, y por medio de la BBC de Londres, la sociedad dejó de ser consumidora, para convertirse en productor de ideas y en un satisfactor de sus propias necesidades.

“El modelo de interés público estableció como diferencia su objetivo de servicio sin ánimo de lucro y el control y vigilancia de las producciones, que garantizaba mantener un alto nivel en la programación y una gran variedad de contenido”³⁹.

Así se inició la búsqueda de una radio que no se preocupara tanto por la cantidad de oyentes, sino por la calidad en la información que les transmitían.

Desde ese entonces, los radio - escuchas empezaron a valorarse como sujetos y no como objetos utilizados para ganar audiencia.

“La comunicación alternativa (que es la misma pública) recogió y fortaleció varios conceptos como el de la comunicación participativa y el de la comunicación horizontal”⁴⁰.

³⁸ HUÉRFANO HERRERA, Eliana del Rosario. La radio sonido y sentido. En: Revista Escribanía. Manizales, Colombia, 2000. P. 22. Edición N° 04.

³⁹ Ibidem., P.p. 22-23.

⁴⁰ MEDIOS ALTERNATIVOS Y PROCESOS DE PARTICIPACIÓN. Breve reseña histórica de la comunicación alternativa en América Latina. P. 102.

Lo público comienza a tener vigencia y a ser importante para la evolución de los medios masivos de comunicación, ya que por medio del servicio a la comunidad, los productores podían llegarle más a las personas y a involucrarlos con la sintonía de la empresa.

A partir de este momento, la radio adquiere su propio lenguaje y se interesa más en que los productos que realizan tengan un significado claro capaz de ofrecer la aceptación del significado que quieren expresar y se preocupa por reconocer la participación de los individuos en la creación y transformación de ciudadanía.

Participación que, según el investigador Enrique Pérez Olivares, deberá reunir las siguientes características:

- “1. Debe ser una acción dirigida a insertarse en la tarea común, un salir de sí mismo para entregarse a los demás.
2. Debe ser consciente, libre y responsable. Debe exigir que la población sea suficientemente informada de los elementos involucrados en su participación (...) lo que implica conocimiento de sí mismo, de su ubicación en el tiempo y en el espacio; comprensión del mundo y del sentido de la marcha de la humanidad: habitación para incorporarse en el esfuerzo por descubrir la verdad y por utilizar la naturaleza de la mejor manera posible; posibilidad en fin, de poner en acto, por el ejercicio de la voluntad. Lo que se considere deber, a la luz de la verdad que se descubre”⁴¹.

Es así como las emisoras comunitarias se convierten en la posibilidad para ejercer, aplicar y hacer respetar el derecho de participación ciudadana.

La radio comunitaria es “el producto de la acción popular y colectiva en busca de alcanzar niveles de vida óptimos y equitativos. Es una radio hecha por, para y

⁴¹ PÉREZ OLIVARES, Enrique. **Sociedad civil y democracia participativa**. Revista Javeriana. Santafé de Bogotá. Julio de 1996. P. 66. En: GONZÁLEZ PAZ, Ana Lucía. **La radio comunitaria: El camino hacia una democracia participativa**. Trabajo de grado, facultad de Comunicación y Lenguaje. Pontificia Universidad Javeriana. Febrero, 2000. P. 3.

con la gente; explora en el corazón de las comunidades, trabaja con ellas, las escucha y les permite hablar”⁴².

A través de la intervención de los individuos, todos los bienes públicos denominados comunitarios deben tejer su función social y deben propiciar el ejercicio, la aplicación y el respeto por la participación ciudadana.

Lo social implica lo cultural, donde cada grupo refleja una estructura cultural diversa y heterogénea que lo diferencia de las demás comunidades sociales. “La sociedad de comunicación supone un manejo de información distinto, pone énfasis en la relación más que en el contenido. No importa tanto lo que sabemos de los otros y lo que podemos hacer sobre los demás con este saber, lo importante es el acuerdo de diálogo y concertación con los demás sobre lo que a todos compete, poniendo en juego todo el saber posible para un mejor diálogo y una mayor decisión concertada y ejecutada”⁴³.

Sin embargo, “existe casi una incomunicación total en el país entre los movimientos sociales, que conforman la mayoría de la población, y los sectores que dirigen la economía, la política y el poder. Vivimos en una democracia representativa, pero estamos desconectados y sin mecanismos de interlocución cuando las iniciativas de quienes nos representan no coinciden con los intereses de los sectores populares”⁴⁴.

Lo ideal sería construir una sociedad en la que prime una comunicación abierta a la resolución de problemáticas, conflictos y coyunturas propias de la colectividad local, de la que hagan parte ciudadanos activos, que interactúen unos con otros focalizados hacia un bien común; ya que si los medios de comunicación son

⁴² CAICEDO, Jorge Enrique. *Qué es y para qué sirve la radio comunitaria*. En: *Proyecto de capacitación en realización radial y montaje de una estación radiofónica*. P. 5.

⁴³ GALINDO CÁCERES, Jesús. *La lucha de la luz y la sombra*. En: *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Editorial Pearson. Educación Latinoamericana. P. 26.

⁴⁴ PROYECTO PLANETA PAZ Y MINISTERIO DE CULTURA. *Agenda Social sobre el derecho a la comunicación: Documento de trabajo*. Santafé de Bogotá. Noviembre de 2005. Tema #1.

utilizados de una forma correcta y adecuada contribuyen con el desarrollo social, cultural y educativo de toda una población.

Debido a los cambiantes desarrollos económicos, como lo es la globalización, lo autóctono se ha transformado en una hibridación cada vez más compleja, en el que día a día, de generación en generación y de cultura en cultura, se perpetúa dicho modelo, aquí las personas ya no tienen casi memoria de la esencia del folcklore cultural y popular de cada región.

Por esto, y para que los ciudadanos retomen sus raíces culturales y se concienticen de sus propias carencias, “es necesario volver a darle jerarquía al discurso sobre cuestiones públicas, vincular a los ciudadanos con esas cuestiones, involucrarlos en la vida comunitaria, y convertir a los medios en puente entre los grandes intereses y los habitualmente no representados”⁴⁵.

De esta forma, la comunicación sería vista “como un estilo de vida basado en el reconocimiento de la individualidad(...), en donde, a través de la democracia y su capacidad autolegisladora, existiría la participación en dirección de una actitud, una cultura y una vida comunitaria”⁴⁶.

No obstante, para que la comunidad participe de los asuntos públicos, es necesario aclarar hasta qué punto lo público trasciende en lo privado, y hasta dónde lo privado llega a convertirse en público.

“El mundo exterior, el fuera, es el mundo de la representación de la soberanía compartida y limitada, el mundo de la participación, donde la propia vida se entrelaza y complementa con la vida de los demás. Desde su intimidad el hombre se proyecta hacia fuera tal cual es, pero su dimensión social requiere ya un

⁴⁵ ÁLVAREZ TEIJEIRO, Carlos. *Periodismo Comunitario: Nuevo nombre para antiguos conceptos*. Revista CHASQUI. Diciembre de 1996. Edición 56. P. 15.

⁴⁶ REY, Germán. *Desde las dos orillas*. Ministerio de Comunicaciones. 1992. P. 25. En: GONZÁLEZ PAZ, Ana Lucía. *Democracia y Democratización*. En: *La radio comunitaria: El camino hacia una democracia participativa* Trabajo de grado, facultad de Comunicación y Lenguaje. Pontificia Universidad Javeriana. Febrero, 2000.

rostro, un gesto, un lenguaje, unos silencios que dan a su vida una dosificación de dramatismo”⁴⁷.

“El interés comunitario de la información admite grados y cierta jerarquización”⁴⁸ es decir, que todo lo que ocurre fuera tiene cierta relevancia social, pero sólo adquiere valor comunitario cuando no interfiere con la esfera privada de los individuos, pero se preocupa por esas situaciones o acciones capaces de transformar la vida misma.

“El término público significa el propio mundo en cuanto es común a todos nosotros y diferenciado de nuestro lugar poseído privadamente en él”⁴⁹. “Se puede decir con razón que comunidad y comunicación son nociones interdependientes. No existe comunicación sin la existencia de un ámbito público; pero tampoco existe la comunidad sin la mediación de la comunicación pública”⁵⁰.

Al existir el ámbito público, la comunicación comienza a democratizar la palabra, comprendida ésta como “el proceso mediante el cual el individuo pasa a ser un elemento activo y no un simple objeto de la comunicación, aumenta constantemente la variedad de mensajes intercambiados y aumenta, también, el grado y la calidad de la representación social en la comunicación o de la participación”⁵¹.

“La sociedad empieza a despertar y a no permitir que se abuse de las delegaciones hechas en la democracia participativa, a querer participar más activamente en las deliberaciones que comprometen sus intereses y aspiraciones colectivas”⁵². Sin embargo, para que esta participación sea más tangible, es

⁴⁷ SORIA, Carlos. *La información de lo público, lo privado y lo íntimo*. En: *La ética de las palabras modestas*. Capítulo 3. P. 58.

⁴⁸ *Ibidem.*, p. 59

⁴⁹ ARENDT, Hannah. *La condición humana*. Editorial Paidós. Barcelona, 1998. P. 61

⁵⁰ SORIA, Carlos. *Op. Cit.* P. 61.

⁵¹ MACBRIDE, Sean. UNESCO. *Un solo mundo, voces múltiples*. Fondo de Cultura Económico. México, 1980. P. 289.

⁵² HERNÁNDEZ DAZA, Gladys. *Hacia una concepción del periodismo cívico participativo*. En: *Periodismo y ciudadanía*. Tercer Mundo Editores. Colombia, 2000. P. 48. Capítulo 2.

necesario que la misma población adopte como bien común la misión y la visión de sus emisoras comunitarias; bajo este principio, se debe enmarcar una política de programación de la emisora Juventud Estéreo del municipio de Neira - Caldas, plasmada en un documento o manual de estilo que delimite su razón y/o función social.

Justamente, se haría evidente la importancia de reconocer en la comunicación su carácter participativo, ya que a través de ella, las personas descubren que son capaces de comprender su realidad, de descubrir sus caminos creativos para transformarla y actuar activamente para lograrlo”⁵³.

Así, la población neirana tendrá la posibilidad de utilizar su estación radial Juventud Estéreo como canal y forma de expresión de asuntos sociales, políticos y económicos que les competen en gran medida.

Propiciando, “espacios culturales de entendimiento; aportando elementos para la discusión; búsqueda de síntesis a partir de consensos; proyectando a los actores; optimizando su capacidad de emisión y de recepción; maximizando su cobertura; en fin, mirando las prácticas no desde el medio y su mensaje, sino desde las dinámicas que se gestan a partir de interacciones de los sujetos”⁵⁴.

En conclusión, la meta de este manual de estilo es que “sean los mismos pobladores quienes asuman la validación, ejecución, seguimiento del diseño y la realización de estas acciones de comunicación, que se conviertan en gestores de nuevos espacios de comunicación dirigidos hacia el desarrollo social de su zona, de su localidad, de su región”⁵⁵.

⁵³ GONZÁLEZ PAZ, Ana Lucía. **Una comunicación esencialmente participativa**. En: **La radio comunitaria: El camino hacia una democracia participativa** Trabajo de grado, facultad de Comunicación y Lenguaje. Pontificia Universidad Javeriana. Febrero, 2000.

⁵⁴ GONZÁLEZ PAZ, Ana Lucía. **Comunicación, participación y desarrollo social**. En: **La radio comunitaria: El camino hacia una democracia participativa** Trabajo de grado, facultad de Comunicación y Lenguaje. Pontificia Universidad Javeriana. Febrero, 2000.

⁵⁵ CEBALLOS GUERRA, Juan Carlos. **La Comunicación en la gestión participativa del desarrollo**. En: **Revista Comunicación**. Editorial UPB, Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia. 1999. P.105. Edición N° 21.

Esencialmente, “para que sean un modelo donde se eduque con información, se traten problemas de la región, se promueva la actividad democrática, se transmitan los derechos y deberes, se propicie el diálogo, el debate, la tolerancia y los valores, y donde se fomente la participación”⁵⁶.

5. METODOLOGÍA

Para la realización de este trabajo y la fundamentación de los objetivos propuestos, se desarrollaron tres puntos básicos divididos así:

⁵⁶ ÁNGEL BOTERO, Adriana María. **Deficiencias del modelo comunitario ¿Responsabilidad de los medios o de la comunidad?**. Revista Escribanía. Julio/Diciembre de 2004. Edición #13. P. 63.

- Marco Conceptual: Donde se exploran los antecedentes bibliográficos para relacionarlos con trabajos realizados sobre esta misma materia, determinando, a su vez, los objetivos del proyecto. También, se justifica el por qué y para qué se pretende replantear el manual de estilo ya elaborado por la emisora comunitaria Juventud Estéreo del municipio de Neira.
- Marco Teórico: En el que se discuten y relacionan conceptos de ciudadanía, participación, cultura, comunidad, entre otros, los cuales enmarcan la culminación del trabajo es decir, la propuesta de un nuevo manual de estilo.
- Recomendaciones: De acuerdo a visitas a la emisora, lectura y análisis del manual de estilo ya existente, seguimiento de la programación y un sondeo de opinión, se elabora un nuevo manual de estilo que será entregado a los representantes de la emisora, para que, posteriormente, lo revisen, discutan, aprueben y apliquen.

5.1 Sondeo de opinión

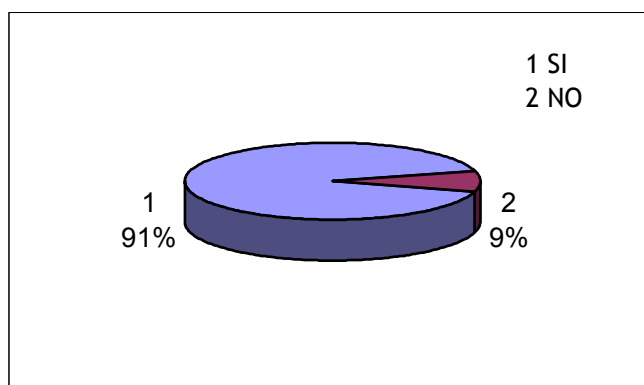
El sondeo de opinión, se realizó el 02 de marzo de 2006, para observar los siguientes puntos:

- a) ¿Cuánto escuchan la emisora?.
- b) ¿Quiénes la escuchan?.
- c) ¿Por qué la escuchan?.
- d) ¿Cómo participan en ella?.
- e) ¿Si conocen o no el término comunitario?.
- f) ¿Si se apropian la emisora o sólo la ven como un medio de difusión musical?.

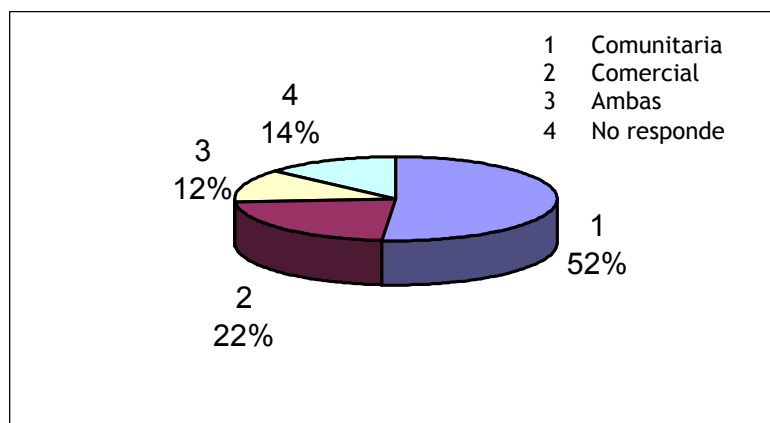
A partir de esta experiencia, se pudo analizar el índice de "popularidad" que Juventud Estéreo tiene y si cumple o no con las características de ese tan mencionado término "comunitario".

TOTAL PERSONAS ENCUESTADAS	SEXO		EDAD			
	F	M	8 a 15 años	15 a 18 años	20 a 40 años	40 en adelante
80						
100%	38	42	23	24	16	17
	47.5%	52.5%	28.75%	30%	20%	21.25%

5.1.1 ¿Ha escuchado la emisora Juventud Estéreo?



5.1.2 ¿Considera que Juventud Estéreo es una emisora comunitaria o comercial?



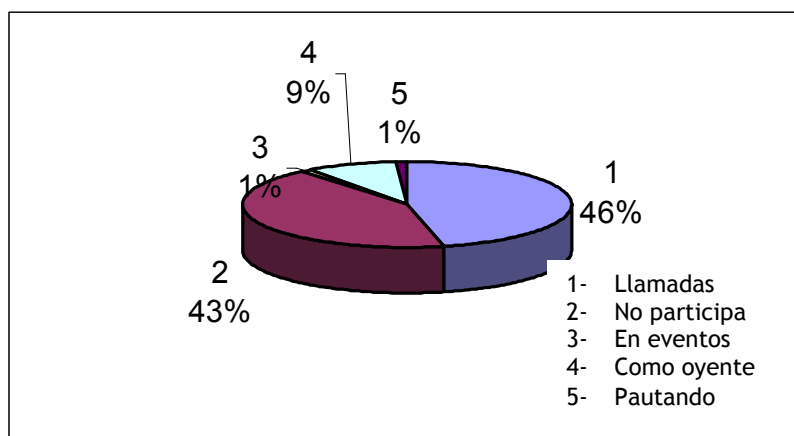
Al responder esta pregunta, la población encuestada basó sus conocimientos sobre radio comunitaria o comercial, en la cantidad de veces que las personas llaman a solicitar canciones o enviar mensajes, los gustos musicales individuales,

en los programas de su preferencia y en los anuncios publicitarios que difunden de los almacenes y sitios comerciales del municipio.

En la denominación del público entre lo que es comunitario y comercial, existe una carencia informativa sobre la finalidad, la aplicación de conceptos, estructura y responsabilidad social que cada una de estas dos modalidades representa en entes radiales como el que existe en su municipio.

De allí los pocos argumentos en el momento de decidir si su emisora es o no comunitaria; claro está, que esta falencia es consecuencia de la falta de espacios que propicien la participación en la comunidad, por desarrollar programas de interés cultural, social y educativo, entre otros, capaces de construir diálogos y generar procesos de confrontación.

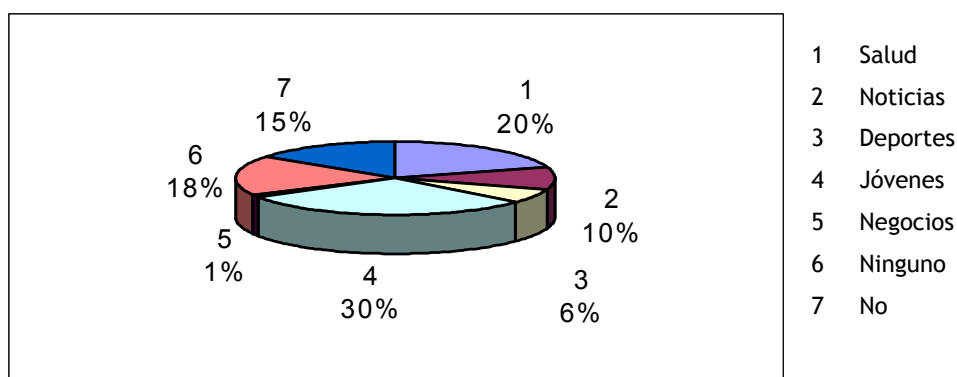
5.1.3 ¿Cómo ha participado usted dentro de la emisora?



- a) Llamadas: Son las realizadas por los oyentes para solicitar canciones, enviar mensajes de cumpleaños y utilizar el espacio de servicios sociales, este último asignado durante toda la semana al medio día, allí se mencionan los grados y matrimonios, se envía algún saludo o se denuncia la pérdida de documentos.

- b) Pautando: Hace referencia al número de veces que dueños o administradores de negocios, establecimientos o locales han solicitado el servicio de la emisora para hacerle propaganda a sus negocios.
- c) Como oyente: Indica que se limita a escuchar la emisora.
- d) En eventos: Sólo una persona respondió así, recordando que alguna vez, en los inicios de la emisora, se realizó una actividad en el parque del pueblo.

5.1.4 ¿Qué espacios o temas cree que se deberían incluir dentro de la programación de la emisora?



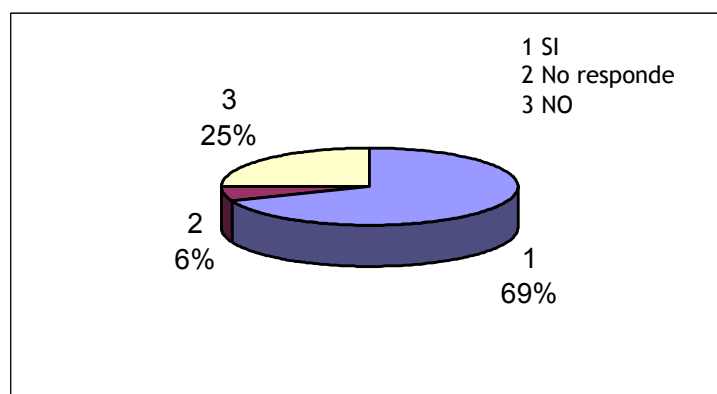
Cabe destacar que en la parrilla de programación (ver anexo) de la emisora Juventud Estéreo, hay designados espacios para el periodismo social, el deporte y la salud, sin embargo estos no se desarrollan en la programación difundida diariamente y, por ello a los habitantes del municipio de Neira le gustaría escuchar temas como:

- a) Salud: En los que se hable y explique sobre las enfermedades en general, pero que a la vez se especialice en subtemas como drogadicción, sexualidad y enfermedades de la tercera edad.
- b) Noticias: Mayor cubrimiento periodístico de las situaciones o acontecimientos importantes del municipio., la región y el país.
- c) Juventud: Como su nombre lo indica, el público objetivo de esta emisora es la juventud, sin embargo es ella quien pide menos espacios musicales como los de rancheras, viejoteca o populares, y argumenta necesitar programas donde se mencionen e interpreten las actitudes, cambios y demás problemas físicos,

mentales y/o de salud por los que atraviesa el ser humano en esta etapa de su vida.

- d) Negocios: Capacitación para las personas, principalmente las desempleadas, para que se vuelvan productivos al crear empresa.
- e) Ninguno: Aceptan la programación y la estructura de la emisora tal como funciona en la actualidad.

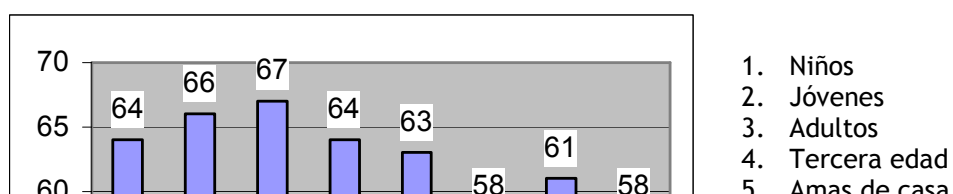
5.1.5 ¿Cree que la emisora tiene en cuenta a todo tipo de público?



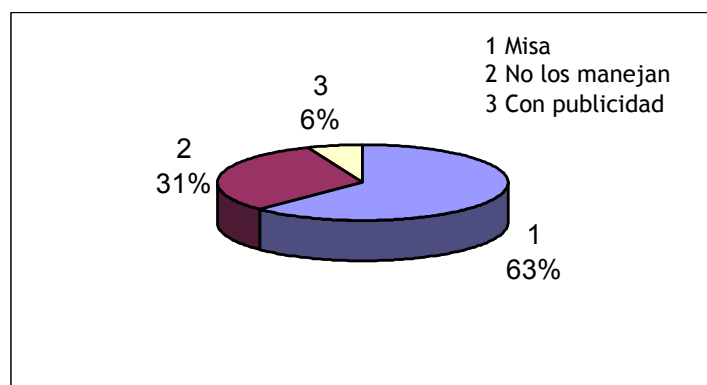
El público objetivo que se tuvo en cuenta para responder esta pregunta fue:

1. Niños
2. Jóvenes
3. Adultos
4. Tercera edad
5. Amas de casa
6. Comerciantes
6. Campesinos
7. Padres cabeza de hogar

El porcentaje de respuestas, de acuerdo a cada género es el siguiente:



5.1.6 ¿De qué manera manejan o discuten, en la emisora, los siguientes temas: Sexualidad y orientaciones sexuales, religión, política, abuso y maltrato infantil, drogadicción y conflicto armado?

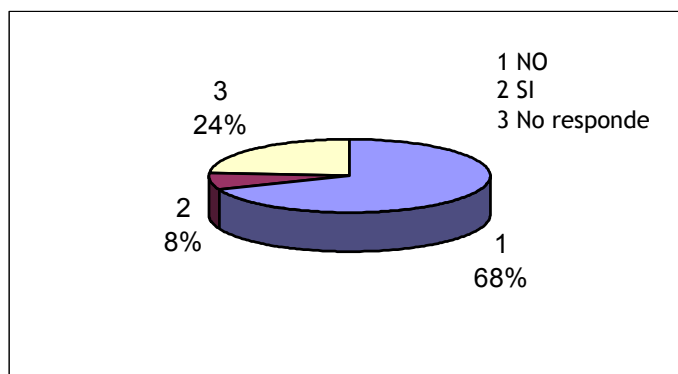


Al observar qué patrones adjudica la emisora al escoger los ítems que pueden llegar a ser interesantes entre los radioescuchas, se observa un vacío enorme frente a asuntos tan relevantes como lo son la sexualidad, las orientaciones sexuales, la política, el abuso y maltrato infantil, la drogadicción, y conflicto armado; éstos solo se mencionan algunas veces, a través de campañas publicitarias que realiza el Gobierno Nacional con sus respectivos Ministerios.

Sólo el 63% de las respuestas apuntan al tema religioso, basado en la emisión de la celebración eucarística de la Iglesia Católica todos los días. Las demás transmisiones continúan siendo las destinadas a programas musicales o de carácter naturista como "Salud y Vida", "Dios como yo lo consigo" y

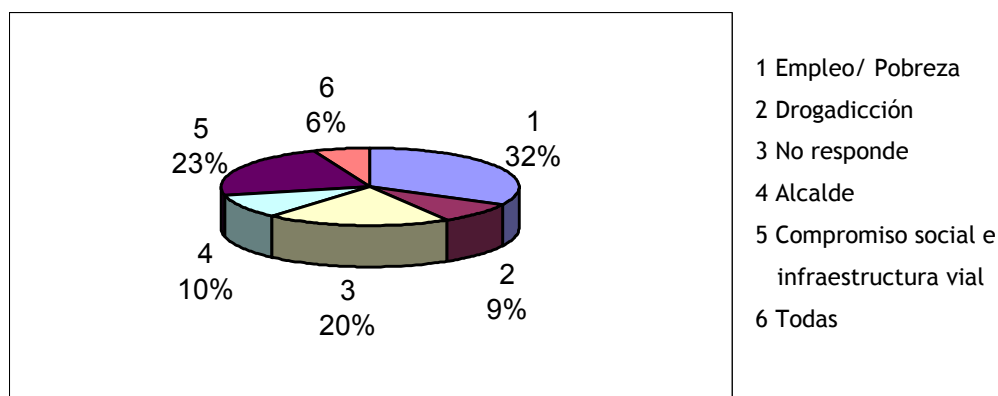
“Horizontes de Vida”, en general este tema está asociado a la promoción de productos basados en la medicina naturista o alternativa.

5.1.7 ¿Conoce, ha leído o ha escuchado algo acerca del manual de estilo de la emisora Juventud Estéreo? Si la respuesta es afirmativa especificar qué sabe o qué ha escuchado.

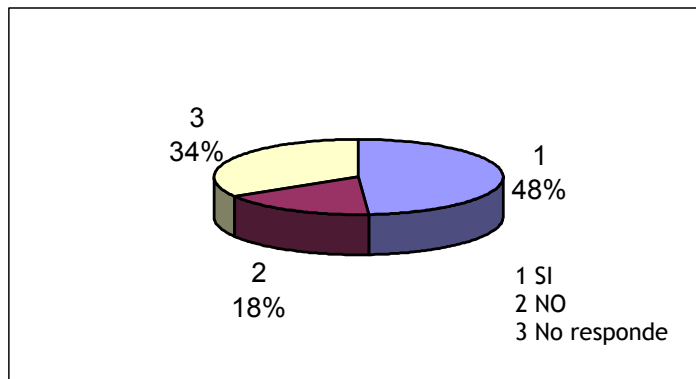


Como se puede observar, el 68% de la comunidad encuestada nunca ha escuchado algo referente al manual de estilo, y por ende desconocen qué es, para qué sirve y cómo se desarrolla. Solamente, el 8% del total del universo, explicó que un manual de estilo son las normas por las que se rige una emisora para trabajar, pero tampoco conocen exactamente sus funciones.

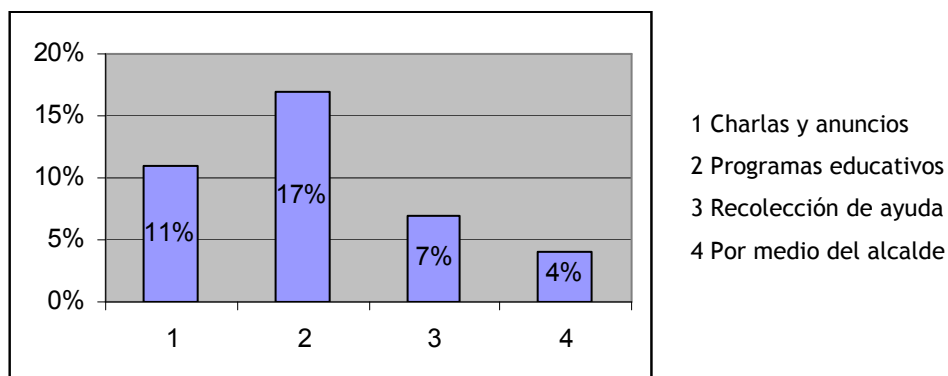
5.1.8 ¿Qué necesidades cree que tiene el municipio?



5.1.8 ¿Cree que a partir de la emisora se pueden satisfacer? Si la respuesta es afirmativa, explique cómo se puede lograr.



Las opciones propuestas por la población para solventar estas necesidades a partir de la emisora fueron las siguientes:



Todas estas variantes deberían identificarse en la programación de Juventud Estéreo 93.1 FM, así, la participación del oyente se convertiría en un acercamiento entre éste, su entorno social y su medio radial, permitiéndole apropiarse de conceptos útiles para buscarle solución a necesidades básicas que, como habitantes del municipio de Neira, presentan.

6. CONCLUSIONES

Al realizar este sondeo, se observa el desconocimiento que tienen los radio escuchas sobre el uso y la función social que su emisora les debe ofrecer, ya que los espacios que tienen destinados para que los oyentes, instituciones sociales y demás personas u organizaciones participen y se expresen, no son utilizadas ni aprovechadas por la comunidad.

Esto, a su vez, genera un desarraigo social por parte de la emisora, pues al tener conocimiento de la falta de información que la población tiene acerca de los espacios que pueden aprovechar como propios, ni los motivan ni incentivan ni orientan hacia la verdadera razón social que, como medio de comunicación participativo, tienen con la sociedad.

Una razón social que debe orientarse al logro de una variedad en el contenido de la programación que les permita generar mayores niveles de audiencia y un control en las producciones que allí se manejan, las cuales, de una u otra forma, deben ser hechas por y para la comunidad.

Además, todo esto debe orientar a los oyentes de Juventud Estéreo, ya que ellos no identifican el verdadero sentido de la radio comunitaria, pues sus conceptos están referidos a los programas pautados por tiendas naturistas o realizados por chamanes, brujos o espiritistas.⁵⁷

Por esto, es vital que la comunidad participe para que en la redacción de las políticas de la emisora se visualice ésta como “un servicio público participativo y pluralista, orientado a satisfacer necesidades de comunicación en el municipio o

⁵⁷ De acuerdo con lo establecido en la sentencia C-010 DE 2000 quien acredite el título de espiritista, hechicero, pitonisa o adivino, por una entidad docente debidamente aprobada y reconocida por el Gobierno Colombiano, podrá hacerse publicidad a través de las estaciones de radiodifusión sonora.

área objeto de cubrimiento; a facilitar el ejercicio del derecho a la información y la participación de sus habitantes”⁵⁸.

Esta propuesta está encaminada a revisar y ajustar el manual de estilo de esta emisora según las necesidades y manifestaciones culturales de la comunidad de Neira, que permita, además, “ofrecer nuevas herramientas de control social que serán eficaces en la medida en que la propia comunidad se apropie de ellas”⁵⁹.

Así, la audiencia de Juventud Estéreo Neira 93.1 FM, se involucrará con el cambio de su emisora, asumido desde sus intereses, valores, contenidos y características sociales individuales y colectivas.

Y apropiándose de una obligación que como ciudadanos tienen pero no han utilizado completamente, el de ejercer, aplicar, y hacer respetar su derecho a la participación dentro de su propio medio de comunicación local.

También, es de vital importancia que durante la revisión y aprobación de Manual de Estilo que se presenta a continuación, la población participe en los cambios que se le deban hacer a la programación, teniendo en cuenta los gustos, preferencias, necesidades, y temas básicos que la comunidad solicita sean manejados en la emisora para afianzar sus conocimientos, apropiarse de otros que desconocen y presentar proyectos radiofónicos que ellos creen convenientes para el desarrollo de su personalidad y el bienestar y beneficio del municipio de Neira, Caldas.

En cuanto a lo académico, es importante anotar que el Comunicador Social y Periodista podrá poner en práctica sus conocimientos diseñando estrategias que generen mayor empoderamiento ciudadano del medio de la mano del sustento teórico, líneas generales que enmarcan la posición teórica que avala estos

⁵⁸ PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Fines y características del servicio. En: *Diario Oficial 45.252, Decreto 1981 de 2003 del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora*. Capítulo II. Artículo 3º Fines del servicio.

⁵⁹ VÉLEZ, Raúl Alberto. Op. Cit.

ejercicios, los cuales se pueden consolidar como instrumento de aplicación del rigor académico; cabe anotar que estas estrategias serán socializadas, motivadas y dirigidas por las directivas de la emisora con el fin de generar una mayor participación de la comunidad y concluir la aplicación del manual y cambios de la programación apostándole siempre al bien de la comunidad y el buen desempeño de la emisora como radio comunitaria.

7. RECOMENDACIONES

7.1 Introduccion:

Después de leer, analizar e interpretar el manual de estilo presentado por la emisora Juventud Estéreo del municipio de Neira - Caldas, se llegó a la conclusión que dicho documento carece de una temática propia, ya que fue elaborado con base en un manual matriz realizado por miembros de las redes de radio comunitaria para trazar los “lineamientos para la elaboración de Manuales de Estilo y Códigos de Ética para las Emisoras Comunitarias”, convocados en el 2003 por el Ministerio de Comunicaciones en Bogotá.

En consecuencia, y para que Juventud Estéreo cumpla legalmente como emisora comunitaria y reafirme su legitimidad en el municipio de Neira - Caldas, se propone un manual de estilo según las condiciones culturales, necesidades de información, desarrollo, gustos y preferencias de los neiranos y la ética profesional.

El manual de estilo es una herramienta para la radio comunitaria, que abre los espacios para el debate y la discusión. Aquí se plantean las condiciones necesarias para desarrollar el ejercicio del diálogo y la conversación en busca de mecanismos para la resolución de problemáticas y/o conflictos que atañen las necesidades que se suscitan dentro del conglomerado social.

O como lo explica el DECRETO NÚMERO 1981 DE 2003, en sus disposiciones generales:

“El Manual de Estilo es un documento de conocimiento público que contiene las políticas, los principios y criterios propios de la emisora comunitaria, con los cuales se protegen los derechos de la audiencia, se evita la incitación a la

violencia, a la discriminación y se garantiza el pluralismo informativo, de conformidad con los fines del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora”⁶⁰.

Los criterios seleccionados para la redacción y proposición de este manual de estilo, se basaron en:

- Primero, en la encuesta realizada a los habitantes del municipio de Neira, en donde se expusieron sus gustos, preferencias y necesidades.
- Segundo, se tuvo en cuenta la participación de los neiranos en la emisora y el sentido de pertenencia que tienen hacia ella, ya que, como se observó en los resultados de la encuesta, no ven a la emisora como un medio participativo por medio del cual se pueden generar propuestas de cambio a resolución de conflictos, sino que la ven como una simple emisora en donde pueden solicitar música o enviar mensajes.
- Tercero, la reglamentación donde se explican los parámetros básicos para la redacción de este tipo de manuales.

Por esta razón, lo que pretende el manual de estilo radiofónico es brindar principios estructurados para que este medio de comunicación se transforme como una radio alterna donde sus oyentes participen en la pre y post producción de temas, programas, contenidos, secciones, franjas, magazines y demás espacios abiertos que optimizan la función comunicativa de la emisora Juventud Estéreo, por medio de su programación y como un instrumento democrático y participativo.

Además, de la actualización de su manual, abriéndoles la visión a nuevos puntos en temas claves como la producción de programas comunitarios en donde se

⁶⁰ PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Disposiciones generales. En: Diario Oficial 45.252, Decreto 1981 de 2003 del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora. Capítulo I. Artículo 2° Manual de Estilo.

tenga en cuenta esa responsabilidad social que como medio comunitario tiene ante la sociedad y sus oyentes, principalmete.

Además, y pese a su existencia, sería útil fijarse en la estructura que propone el Ministerio de Comunicaciones en la Guía de administración para emisoras comunitarias, la cual supone unos cargos como ejemplos de aplicación y consideración para las emisoras comunitarias:



Aquí, expresan una “estructura democrática, donde cada uno tiene participación en el proceso de decisión a través de sus representantes (...) sin exceder su autoridad, en otras palabras, la estructura democrática no es incompatible con un proceso de decisión disciplinario”⁶¹.

⁶¹ MINISTERIO DE COMUNICACIONES. Op. Cit. P. 33.

Cada uno, asumirá con autoridad y autonomía su cargo, para que exista un mejor desempeño laboral y menos carga de funciones en una sola persona. Ya, cuando hallan “decisiones de política, se discutirán en los foros adecuados: la junta directiva y la asamblea general”⁶².

Por último, y como se especifica en los objetivos de este proyecto, se entregará un documento guía a las directivas de la emisora, para que sean ellas mismas quienes apliquen, actualicen y socialicen el manual de estilo ya existente y así, involucren a la comunidad en la temática, aplicación y socialización de éste.

⁶² Ibidem. P. 34.

7.2 Documento Final: Manual de Estilo

I. DE LAS POLÍTICAS INTERNAS DE LA EMPRESA

Primero

Para efectos legales, los integrantes de la comunidad organizada denominada Juventud Estéreo del municipio de Neira - Caldas, deberán elegir, **mediante consenso**, un director de la emisora, el cual no podrá estar vinculado a grupos o procesos políticos o religiosos es decir, no deberá pertenecer a ningún partido político ni grupo religioso ni social ni económico; entiéndase también no válida la participación de alcaldes, gobernadores, concejales, senadores, secretarios de gobierno, aspirantes a cargos políticos, religiosos y miembros de la defensa pública; sin embargo se debe tener en cuenta que el director debe hacer parte de la Junta de Programación.

Segundo

Para la regularización y veeduría del contenido, tratamiento y manejo de la emisora, existirá la figura de **ORIENTADORES** con conocimiento académico en el área de Comunicación Social y Periodismo, que mediante la presentación de proyectos, **serán delegados por la misma comunidad**.

Además, deberán ser personas idóneas que conozcan no sólo los principios, valores y objetivos de la emisora sino también las necesidades, gustos y proyectos de la comunidad en el momento de escoger la programación. Los orientadores no podrán ser más de cinco (5).

Tercero

Los orientadores **CAPACITARÁN** a los programadores y realizadores en temas como:

- Búsqueda de fuentes e información.
- Expresión Oral.

- Diferencia y significado de géneros periodísticos.
- Presentación de la información.
- Redacción.
- Manejo de equipos.

Cuarto

En cuanto al manejo de los equipos, siempre habrá un **OPERADOR** capacitado, que acompañe a los realizadores en la edición de sus productos radiofónicos. **SIN EXCEPCIÓN**, este operador **SE ABSTENDRÁ** de modificar y opinar sobre el contenido de dichos productos.

Quinto

La comunidad podrá hacer parte de la **JUNTA DE PROGRAMACIÓN**⁶³, según sus necesidades e intereses colectivos e individuales, para desarrollar los temas a tratar dentro de los espacios programados; estos podrán variar de acuerdo a la edad, sexo, creencias, gustos y preferencias.

Sexto

Entre los formatos informativos permitidos para la proposición o presentación de proyectos dentro de los espacios de programación de la emisora se encuentran:

- a. Crónicas
- b. Reportajes
- c. Noticia
- d. Opinión

⁶³ Artículo 9°. *Junta de Programación*. Las comunidades organizadas, concesionarias del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora, deberán conformar una Junta de Programación encargada de la formulación y seguimiento de políticas, planes y programas en materia de programación, y de velar por el cumplimiento de los fines del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora.

Artículo 10. *Composición de la Junta de Programación*. En la Junta de Programación de las emisoras comunitarias tienen derecho a participar las organizaciones sociales e instituciones del municipio por medio de un representante de cada una, de suerte que refleje la diversidad y pluralidad de los habitantes. La Junta de Programación será presidida por el director de la emisora.

e. Entrevistas

Séptimo

La Junta de Programación debe nombrar un **DEFENSOR DEL OYENTE**, esta persona no debe hacer parte de la emisora y debe contar con el apoyo de la personería municipal. Su función será apoyar, orientar e instruir cuando detecte anomalías en la programación u orientación de la emisora. El defensor del oyente debe realizar un programa de 15 minutos de duración cada mes que se deberá emitir 3 veces en horarios de alta audiencia.

Los parámetros de este programa deberán ser:

1. Elegir un tema de incorfomidad que la audiencia pueda tener con respecto a la programación de la emisora, dirección u orientación de los temas que dentro de ella se manejen.
Estos se elegirán mediante un correo electrónico que el DEFENSOR tendrá o a través de un buzón de sugerencias que la emisora Juventud Estéreo deberá tener dentro de sus instalaciones.
2. Para la confrontación del problema, el DEFENSOR encargado del espacio, deberá contar con los testimonios de la(s) persona(s) afectada(s), y con el de la persona encargada de aclarar sus dudas o resolver las anomalías que existan.
3. En cada programa se debe resolver un caso para así dar legalidad, prioridad, coformidad y legitimidad al tema de discusión que hallan propuesto él o los oyentes de Juventud Estéreo Neira.
4. No podrá existir propaganda política, religiosa, publicidad comerciante, entre otros, que beneficien a terceros; solo se transmtirán, durante este espacio, spots referentes a los derechos o deberes de la ciudadanía y la comunicación.

II. DE LOS DEBERES DE LA ASOCIACION

Primero

Es deber de la Asociación Juventud Estéreo, conformar una Junta de Programación representada por los diferentes grupos sociales y culturales del municipio; y si ya existe, es deber de la misma reunirse con la comunidad para explicarles y hacerles partícipes de los objetivos de la emisora y de los proyectos con los que desean involucrar a los habitantes del municipio de Neira.

Segundo

Realizar eventos que involucren a la comunidad en el desarrollo y la dirección de la programación. Entre estos se pueden mencionar:

1. Convocatorias para la proposición de proyectos radiofónicos.
2. Campañas de educación periodística en donde, por medio de grupos de discusión, periodistas de la región con reconocimiento por su imparcialidad y ética en el desempeño de su profesión, puedan interactuar con la comunidad neirana y recomendar sobre el ejercicio periodístico aplicado al desarrollo de la comunidad, veeduría y denuncia de las irregularidades en la gestión pública.
3. Por medio de convenios con universidades o instituciones que ofrezcan carreras o tecnologías referentes a la comunicación social y el periodismo, la Junta de Programación de la emisora podrá promover sus espacios culturales y aprovechar el potencial de los estudiantes para que realicen proyectos que involucren a la comunidad.
4. Programar grupos de estudio mensuales, en donde se convoque abiertamente a la comunidad, para capacitar, orientar y crear proyectos dentro de la emisora. Estos deberán ser preparados por las directivas y la Junta de Programación de la emisora con la participación, apoyo y experiencia de

estudiantes y profesionales en el área de la Comunicación Social y el Periodismo.

5. Proponer áreas temáticas según su importancia, pertinencia y relevancia que le sirvan de guía a la comunidad neirana en el momento de proponer o presentar proyectos.

Tercero

Generar sentido de pertenencia e infundir espacios de participación y desarrollo cultural y social en el municipio, por medio de convocatorias abiertas a la presentación de proyectos o a través de eventos donde la emisora se acerque y tenga contacto directo con a la comunidad.

III. DE LOS DEBERES DE LA AUDIENCIA

Primero

Velar por el cumplimiento y aplicación del manual de estilo.

Segundo

Participar activamente de la elaboración de la programación.

Tercero

Cumplir con el reglamento interno de la emisora, el cual podrá estar a disposición de toda la población, y deberá ser explicado o aclarado por los representantes de la Junta de Programación, ya que ellos deben conocerlo y manejarlo, cuando cualquier persona así lo requiera.

IV. DE LOS DERECHOS DE LA ASOCIACION

Primero

Escoger las personas que la representen legalmente.

Segundo

Tomar las medidas necesarias cuando sea violado el código de ética de la emisora.

Tercero

Decidir, en convenio con la Junta de Programación de la emisora cuando un programa no debe salir al aire, no sin antes explicarle a sus realizadores el por qué de este motivo.

V. DE LOS DERECHOS DE LA AUDIENCIA

Primero

Participar activamente en la selección de la programación y en proyectos que involucren a toda la comunidad.

Segundo

Presentar proyectos que sean transmitidos por la emisora, siempre que cumplan con los requerimientos específicos.

Tercero

Ser capacitados en producción radial, políticas de radiodifusión y estudio de este manual.

Cuarto

Poder decidir libremente qué políticas o acciones de Juventud Estéreo atentan contra su integridad por medio de un DEFENSOR DEL OYENTE, quien velará por sus intereses y por el cumplimiento de sus derechos.

VI. CRITERIOS DE SELECCION Y APROBACION DE PROYECTOS RADIOFONICOS COMUNITARIOS

Las personas o colectivos interesados en presentar y ejecutar proyectos de radio comunitaria deben ceñirse a los siguientes parámetros:

Primero

- ❖ Estar acorde a los principios y políticas del proyecto comunicativo de la Emisora Comunitaria Juventud Estéreo: Para que esto sea viable, es necesario que la misma Junta de Programación lidere un grupo de personas que orienten, capaciten e informen a la comunidad sobre el proyecto comunicativo que maneja la emisora Juventud Estéreo.
- ❖ Los proponentes firmarán un documento donde manifiestan capacidad técnica y conceptual sobre producción radiofónica o de no contar con esto, se comprometen a iniciar un proceso de formación con el líder de la emisora o una entidad idónea en este campo.

Segundo

Elementos básicos para orientar procesos de investigación y manejo de fuentes para la realización de programas.

- ❖ No omitir los temas de conflicto armado, ya que estos de una u otra forma hacen parte de la comunidad, para tal fin, debe ser Juventud Estéreo quien oriente a un grupo de trabajo específico sobre el manejo del mismo. Aquí debe prevalecer la imparcialidad y la confrontación con fuentes oficiales.

Tercero

DE LA PROGRAMACION

- ❖ Con el fin de dar reconocimiento a los diferentes tipos de música, se permitirá la difusión de los distintos géneros musicales pero deberán:

Identificar el mensaje que cada tema musical transmite, con el fin de censurar aquellos que atenten contra: la dignidad, seguridad, salud y moralidad de la comunidad. Así mismo es necesario contextualizar al oyente frente a los ritmos y géneros difundidos.

❖ **En la programación se debe dar prioridad a los músicos locales:**

Para esto se deben organizar festivales de la canción, adelantar convenios con escuelas de música o instituciones que apoyen el arte y la cultura.

❖ **Realización de programas donde se tenga en cuenta los Derechos de la Infancia.**

- Impulsar programas de educación dirigidos a menores de edad y a aquellos que tengan a su cargo su custodia y cuidado, promoviendo la protección de los derechos de la niñez.

- “Los programas radiales deben tener en cuenta los temas que se adjuntan, la problemática local y ciertas categorías que los atraviesan tales como la protección integral y el control social:

“La protección integral se refiere a la construcción de condiciones para que todos los contextos de socialización donde transcurre el diario vivir de los menores (la familia, el vecindario, los grupos de preescolar, las escuelas, los medios masivos de comunicación y cualquier tipo de institución), se conviertan en espacios que favorezcan y garanticen el ejercicio de los derechos. Es una nueva mirada a la familia y la niñez que implica considerar a este grupo de población como sujeto de derechos, reconociendo a los niños y a las niñas como personas en proceso de formación y activas en el ejercicio de su ciudadanía conducidas por adultos que en muchos casos desconocen su responsabilidad como mediadores sociales.

El control social es la posibilidad que tiene la ciudadanía en general y las organizaciones cívicas de vigilar el cabal cumplimiento de las normas establecidas para proteger los derechos de la familia y la niñez. Esta posibilidad

puede concretarse solamente si la misma ciudadanía conoce los deberes del Estado y la sociedad civil, los cuales deben ser señalados claramente a través de los programas radiales”⁶⁴.

- Formación de audiencia sobre lectura de proactiva de medios, lenguaje de medios y sentido de la información.
 - Gestionar ante las autoridades pertinentes la inclusión en el currículo escolar, la educación en radio y otras tecnologías de la información.
- ❖ **Elementos para evitar la discriminación por etnia, género o condición social.**
- Evitar todo estereotipo racial, étnico y sexual, buscando y preservando la igualdad de género.
 - Permitir la participación tanto de voluntarios como de programadores que carezcan de un título profesional en Comunicación Social o en Periodismo o por cualquier tipo de formación empírica, para fomentar la participación directa de la ciudadanía.
 - Se usará un lenguaje que no atente contra la identidad de cada persona.
 - Incentivar la creación de programas que promuevan temas como la tolerancia, aceptación y aprecio de las diferencias.
- ❖ **Elementos técnicos.**
1. Se debe tener presente la previa autorización de la organización recaudadora de derechos de autor o del propio compositor, para utilizar cortinas musicales que no sean propias con el fin de respetar los derechos de autor y evitar las sanciones correspondientes.
 2. Todo efecto de sonido, filtros y demás ayudas técnicas para animizar, decorar o recrear programas o publicidades locales deben aplicarse con moderación,

⁶⁴ INSTITUTO COLOMBIANO DE BIENESTR FAMILIAR. Estrategias Proyecto Radio Comunitaria. En: Prensa y Publicaciones. P’agina Web ICBF: www.icbf.gov.com.co. Fecha de búsqueda: 03 de septiendre de 2007

para mayor claridad en el mensaje y evitar saturaciones que descontextualicen o cambien la intención de la información que se ofrece.

Cuarto

DE LA CIUDADANIA, LA DEMOCRACIA Y LA CULTURA

- ❖ **Se brindarán espacios a los diferentes sectores de la comunidad que tienen pocas oportunidades de expresión en los medios masivos de comunicación como la niñez, las mujeres, la juventud, la tercera edad, los discapacitados, etc:** Los medios comerciales tienen sólo como mecánica de participación, la línea abierta para que el oyente solicite canciones, envíe mensajes u opine sobre un tema propuesto por el locutor. La emisora comunitaria deberá diseñar nuevas estrategias distintas a las utilizadas por la radio comercial, mediante las cuales los oyentes hagan parte de un escenario en el cual se discutan los asuntos públicos y se propongan alternativas de solución o acciones para suplir sus necesidades de manera conjunta o mediante la intervención de sus gobernantes.
- ❖ **Formas de participación para involucrar a distintos sectores de la comunidad en realización de programas.**
 1. **Convocatorias públicas cada mes:** Invitación a la comunidad o representantes de la misma para que socialicen los cambios o nuevas propuestas que la emisora Juventud Estéreo propone para el buen desarrollo de su función social.
 2. **Conformación clubes de audiencia:** Grupo de personas capacitadas para analizar el tipo de audiencia que tiene la emisora y crear propuestas en la programación que satisfagan a todo el público radio escucha.

Quinto

CRITERIOS PERIODÍSTICOS

- ❖ **Manejo de la información en programas dirigidos a grupos por edad.**

Se tendrá en cuenta, en la elaboración de la programación, la participación de los oyentes a través de encuestas y llamadas telefónicas: Pero para que exista una verdadera construcción de la programación por parte de la ciudadanía, no basta con que ellos llamen o sean encuestados, es necesario que se realicen encuentros entre la comunidad y los representantes de la Junta de Programación, en las cuales se discuta el contenido y direccionamiento de la programación, los cuales serán puestos a disposición pública, para que la comunidad los conozca.

Sexto

HECHOS VIOLENTOS Y CRÍTICOS

- ❖ **Criterios que deben tenerse en cuenta para el manejo de fuentes sobre hechos violentos.**
 - Sin excepción alguna, siempre se deben confrontar las fuentes, sin importar si son o no suministrados por terceros u otros medios de comunicación, para comprobar su exactitud, veracidad y evitar informaciones falsas que afecten de una u otra manera a la comunidad en general.
 - No se tergiversaran los hechos de las fuentes suministradas.

- ❖ **Estrategias para evitar el tratamiento sensacionalista de la información de hechos violentos.**
 - No sacar provecho del drama humano, dejando que la persona afectada lleve con tranquilidad su dolor.
 - No utilizar lenguaje exagerado y fuera de contexto o que perjudiquen la credibilidad de los hechos.
 - Rechazar relaciones preferenciales con anunciantes y personas naturales y/o jurídicas que tengan intereses particulares.

Séptimo

PUBLICIDAD Y FINANCIACIÓN⁶⁵

❖ Criterios para aceptar o rechazar pautas publicitarias.

- Que no atente contra los principios del proyecto comunicativo de la emisora comunitaria Juventud Estéreo del municipio de Neira.
- Exigir registro legal e investigar la procedencia de los productos alimenticios y de salud.
- Darle prioridad a los productos de la región, y conocer los fines del objeto publicitario, sea cual fuere su procedencia.
- Que no atente contra la integridad físico-mental y moral de la comunidad.
- Dar prioridad a toda pauta publicitaria que apoye campañas de carácter social, que brinden principios de tolerancia, convivencia ciudadana, y que contribuyan a la prevención y solución de las necesidades de la comunidad.

⁶⁵ Fundamentada en: PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. **Fines y características del servicio.** En: **Diario Oficial 45.252, Decreto 1981 de 2003 del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora.** Capítulo II. Artículo 6º Comercialización de los espacios.

7.3 Socialización del Manual de estilo para ser avalado:

Se ha planteado una propuesta de manual de estilo a partir de soportes académicos y trabajo de campo que se ajusta a las necesidades de comunicación radial en el municipio de Neira-Caldas, teniendo en cuenta la normatividad vigente en esta materia y los conceptos de estudiosos de la radio comunitaria. Sin embargo se hace necesario que la misma comunidad revise, ajuste (si es necesario) y avalen finalmente este manual de estilo para su emisora comunitaria.

Para tal socialización se proponen dos tipos de actividades:

La primera de ellas sería un Foro de discusión, en donde se invite a toda la comunidad a que conozcan el Manual de Estilo, las políticas de la emisora, al igual que su misión y visión.

Este foro podría dividirse en las siguientes etapas:

ETAPA I - PROTOCOLO

- ❖ Himnos.
- ❖ Presentación de la emisora, a cargo de las directivas.
- ❖ Presentación miembros de la Junta de Programación y explicación de sus funciones.
- ❖ Bienvenida al Foro de Discusión.
- ❖ Presentación de los objetivos de dicha jornada.

ETAPA II - AREA DE TRABAJO

- ❖ División mesas de trabajo.
- ❖ Repartición del documento público, en este caso el Manual de Estilo.
- ❖ Lectura, socialización y conclusiones grupales.

ETAPA III - DISCUSION Y CONCLUSIONES

- ❖ Asignación de un vocero para cada grupo.
- ❖ Socialización general de los grupos de acuerdo a las conclusiones.
- ❖ Postulación de cambios o anexos que la comunidad considere se deben hacer al manual.

ETAPA IV - PROPOSICIONES Y ACUERDOS

- ❖ Redacción y lectura de conclusiones finales.
- ❖ Proposición de proyectos de los habitantes y asignación de fechas para su revisión con la Junta de programación de la emisora.
- ❖ Culminación de la Jornada y firma del Acta donde se especifique todo lo expuesto y acordado durante el foro de discusión.

Es importante que en ese ejercicio se cuente con un grupo de trabajo en el que participen: Líderes comunitarios, profesores, padres de familia, directivas actuales de la emisora y la Junta de Programación.

Modelo Acta No 1

ACTA DE PARTICIPACION EN EL FORO DE DISCUSION REALIZADO POR LA EMISORA COMUNITARIA JUVENTUD ESTEREO, NEIRA CALDAS COMO SOCIALIZACION DE SU MANUAL DE ESTILO

Por convocatoria de la **Asociación de Comunicación Juventud Estéreo - ASCOJUS** - Neira caldas, se realizo un Foro de Discusión, en donde se presentó oficialmente a la comunidad neirana el Manual de Estilo de dicha emisora, con el fin de concretar cambios, estrategias o proyectos que optimicen su función como medio comunicativo comunitario y participativo.

Dicha jornada se efectuó en las instalaciones de _____, en donde estuvieron presentes los miembros de la Junta de Programación, representantes de las organizaciones sociales e instituciones del municipio, y personas de la comunidad en general interesados en hacer parte del proyecto comunicativo de dicha emisora, los cuales relacionamos a continuación:

Los abajo firmantes en representación de las organizaciones sociales e instituciones del municipio, nos comprometemos a cumplir con los lineamientos estipulados en el decreto 1981 de 2003 los cuales se refieren a:

1. Velar porque la programación de Juventud Estéreo interprete el sentido democrático y pluralista de la emisora.
2. Plantear políticas tendientes a promover la participación social en la programación de la emisora.
3. Formular proyectos y sugerencias sobre programas que respondan a las necesidades sociales del municipio.
4. Fijar criterios, en unión de las directivas de la emisora, para mejorar la calidad de la programación.
5. Presentar a los habitantes del municipio un informe anual acerca de la evaluación de los fines del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora y la aplicación del manual de estilo, por parte de la emisora. Una copia de este informe, con soporte sonoro, debe ser enviada al Ministerio de Comunicaciones cuando la Junta de Programación considere pertinente.

7. Definir su propio reglamento y las demás funciones que considere, en armonía con el fin general que debe cumplir.

Listado de miembros de la Junta de Programación

Organización o Institución	Nit	Representante Legal	Teléfono	Firma	Doc ident.

Como segunda instancia, sería de vital importancia que la Junta de Programación proponga y desarrolle estrategias que apunten a fortalecer la sostenibilidad social y económica de la emisora, dando así mismo aplicación a los parámetros del Manual de estilo.

En ese sentido es posible entonces suscribir convenios con universidades y/o academias el área de Comunicación Social y Periodismo, para realizar trabajos de campo con la comunidad con mayor soporte académico.

Modelo Acta No 2

ACTA DE PARTICIPACION Y/O CONVENIO CON INSTITUCIONES ACADEMICAS EN EL AREA DE LA COMUNICACION SOCIAL Y/O EL PERIODISMO: EMISORA COMUNITARIA JUVENTUD ESTEREO, NEIRA CALDAS

Por convocatoria de la **Asociación de Comunicación Juventud Estéreo - ASCOJUS** - Neira caldas, se abrió la proposición de proyectos o estrategias de mejoramiento hacia instituciones académicas que apliquen el área de Comunicación Social y/o Periodismo dentro de su plan de estudios, con el fin de dar viabilidad a los requisitos establecidos dentro de su Manual de estilo como socialización del mismo.

Dicha reunión se efectuó en las instalaciones de _____, en donde estuvieron presentes los miembros de la Junta de Programación, representantes de las organizaciones sociales e instituciones del municipio, e interesados en hacer parte del proyecto comunicativo de dicha emisora, los cuales relacionamos a continuación:

Los abajo firmantes en representación de las organizaciones sociales e instituciones del municipio, nos comprometemos a cumplir con los lineamientos estipulados en el decreto 1981 de 2003 los cuales se refieren a:

1. Velar porque la programación de Juventud Estéreo interprete el sentido democrático y pluralista de la emisora.

9. BIBLIOGRAFÍA

- ☆ ALZATE, Alexandra y GONZÁLEZ, Luz Adriana. **Criterios comunicativos para la participación social en el desarrollo local.** Trabajo de grado, facultad de Comunicación Social y Periodismo. Universidad de Manizales. 2001.
- ☆ ARENDT, Hannah. **La esfera pública y la esfera privada.** En: **La condición Humana.**
- ☆ BALLE, Francis. **Comunicación y Sociedad: Evolución y análisis comparativo de los medios.** Tercer Mundo Editores. Santa Fe de Bogotá, Colombia. 1991.
- ☆ CAICEDO, Jorge Enrique. **Proyecto de capacitación en realización radial y montaje de una estación radiofónica.** 1998.
- ☆ EL´GAZI, Jeanine. **Qué suene la radio.** Unidad de Radio. Ministerio de Cultura. Bogotá, Colombia.
- ☆ FUNDACIÓN SOCIAL Y VICEPRESIDENCIA DE DESARROLLO. **Señales de Humo: Panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia.** Fundación Social y vicepresidencia de Desarrollo. Santafé de Bogotá, Colombia. 1998.
- ☆ GALINDO CÁCERES, Jesús. **Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación.** Editorial Pearson. Educación Latinoamericana.
- ☆ GONZÁLEZ PAZ, Ana Lucía. **La radio comunitaria: El camino hacia una democracia participativa.** Trabajo de grado, facultad de Comunicación y Lenguaje. Pontifica Universidad Javeriana. Febrero, 2000.

- ☆ GUMUCIO DAGRON, Alfonso. **Haciendo Olas: Historias de comunicación participativa para el cambio social.** The Rockefeller Foundation. New York. 2001.
- ☆ HERNÁNDEZ DAZA, Gladys. **Periodismo y ciudadanía.** Tercer Mundo Editores. Colombia, 2000.
- ☆ LEWIS, Peter y BOOTH, Jerry. **El medio invisible: Radio pública, comercial y comunitaria.** Editorial Paidós. España, 1989.
- ☆ LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. **Manual urgente para radialistas apasionados.** Artes Gráficas Silva. Quito, Ecuador. 1997.
- ☆ MATTELART, Armand y MATTERLART, Michéle. **Historia de las teorías de la comunicación.** Paidós Comunicación. Barcelona, España. 1995.
- ☆ MACBRIDE, Sean. UNESCO. **Un solo mundo, voces múltiples.** Fondo de Cultura Económico. México, 1980.
- ☆ MEDIOS ALTERNATIVOS Y PROCESOS DE PARTICIPACIÓN. **Breve reseña histórica de la comunicación alternativa en América Latina.**
- ☆ MINISTERIO DE COMUNICACIONES y ACPO. **Diagnóstico del servicio de radiodifusión comunitaria.** 2003.
- ☆ MINISTERIO DE CULTURA y HEMERA Comunicar. **Historias de Participación: Curso - concurso sobre el quehacer diario de la participación local y radio comunitaria.** Bogotá, Colombia. 2000.

- ☆ PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. **Diario Oficial 45.252, Decreto 1981 de 2003 del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora.**
- ☆ **Revista Comunicación.** Editorial UPB, Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia. 1999. Edición 21.
- ☆ PROYECTO PLANETA PAZ Y MINISTERIO DE CULTURA. **Agenda Social sobre el derecho a la comunicación: Documento de trabajo.** Santafé de Bogotá. Noviembre de 2005. Tema #1.
- ☆ RODRÍGUEZ, Clemencia. **Estrategias de comunicación para el cambio social.** Friedrich Ebert Stiftung - Proyecto latinoamericano e medios de comunicación. Quito, Ecuador. 2002.
- ☆ SORIA, Carlos. **La ética de las palabras modestas.**
- ☆ **Revista CHASQUI.** Noviembre 1993. Edición 47.
- ☆ **Revista CHASQUI.** Diciembre de 1996. Edición 56.
- ☆ **Revista Escribanía.** Manizales, Colombia, 2000. Edición 04.
- ☆ **Revista Escribanía.** Manizales, Colombia, 2004. Edición 13.