



** Magister en Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana, sede Medellín. Docente investigadora adscrita al programa de Comunicación Social – Periodismo, Universidad del Quindío.
Contacto:
dramirez@uniquindio.edu.co*

*** Magister en Comunicación Educativa. Comunicador social, Estudios de Doctorado en Ciencias de la Educación, Línea pensamiento y comunicación, Universidad Tecnológica de Pereira. Decano Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes. Docente investigador y director académico del Programa de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad del Quindío.
Contacto:
pfdiaz@uniquindio.edu.co*

**** Magister en Comunicación Organizacional de la Universidad Pontificia Bolivariana. Especialista en Pedagogía y Desarrollo Humano de la Universidad Católica de Pereira. Comunicador social – Periodista de la Universidad del Quindío. Director de Investigación e Innovación de la Universidad Católica de Pereira.
Contacto:
heiller.abadia@upc.edu.co*

*Recibido:
14 de Octubre de 2014*

*Aprobado:
17 de Noviembre de 2014*

2 Calidad y convergencia de la radio de Interés Público y Comunitaria: Caso Departamento del Quindío¹

Quality and convergence of Public Interest and Community radio: Quindío department's case.

* Damaris Ramírez Bernate

** Pedro Felipe Díaz Arenas.

*** Heiller Oswaldo Abadía Sánchez

Resumen

En un análisis de contenido de diversas emisoras del departamento del Quindío, relacionamos la producción del contenido social, educativo y cultural que está presente en sus estructuras y parrillas de programación. A través de la audición de productos radiofónicos, en la que nos referimos al contexto, a la calidad y al proceso de la producción desde cada medio radial.

El estudio establece un diagnóstico, además de una relación del contenido con los procesos de producción, productos audibles y los temas generales en los que convergen las diversas emisoras. Se resalta el uso adecuado del lenguaje radial, la utilización de diversos formatos y géneros periodísticos que desarrolla la Radio Comunitaria y la Radio de Interés Público en el departamento del Quindío.

Palabras claves:

Diagnóstico, contenidos, parrillas de programación, géneros, formatos.

¹ Este artículo es resultado de la investigación denominada "Análisis de contenido de los productos radiofónicos emitidos por las Emisoras Comunitarias y las Emisoras de Interés Público del departamento del Quindío", inscrita en la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad del Quindío. La investigación se desarrolla en diversas emisoras de carácter Comunitario y de Interés Público.



Foto: Marco Alejandro Escobar

Abstract:

In a content analysis of different stations in the department of Quindío, relate the production of social, educational and cultural content that is present in their structures and programming grids. Through hearing radiophonic products, which we refer to context, quality and production process from each radio medium.

The study establishes a diagnosis, and a relationship from content production processes, audible products and general topics that converge in different stations. The proper use of radio language, different formats and journalistic genres developed by Community Radio and Public Interest Radio in department of Quindío.

Keywords:

Diagnosis, Contents, Program Grids, Genres, Formats.

La radio podría ser el más gigantesco medio de comunicación imaginable en la vida pública, un inmenso sistema de canalización. Lo será cuando no sea sólo capaz de emitir sino también de recibir. En otras palabras, si consigue que el oyente no sólo escuchase sino también hablase, que no permaneciera aislado sino relacionado.

Bertolt Brecht. Teoría de la Radio (1927-/932).

Hacer radio implica pensar en la responsabilidad que tienen los medios de comunicación con la sociedad para definir y producir cotidiana y sistemáticamente una programación acertada. En nuestro caso, vemos a la radio como un vehículo motivador e impulsador; es él quien motiva el estudio de contenidos, desde el ámbito social, educativo y cultural. Los ciudadanos son los perceptores y quienes tendrán en cuenta dichos contenidos. El universo de la comunicación está ligado permanentemente a la evolución, la cual nos debe llevar a una reflexión sobre las funciones que ejercen los medios de comunicación, generando ciertos interrogantes de los productos mediáticos que están siendo consumidos por todas nuestras poblaciones, desde las más adultas hasta las más jóvenes.

Ver la comunicación desde otra perspectiva y todos sus sistemas organizacionales nos lleva a pensar en la estructuración de sus contenidos, cómo son leídos, para quiénes son, cómo se ven y cómo se escuchan, pensándolo desde la producción radial. La lucha de la Radio por sobrevivir en un mundo de constante transformación tecnológica no es muy real, pues ningún otro medio tiene una cobertura ni alcance similar como el de la radio, ella mantiene una posición de privilegio a nivel de información y de entretenimiento como en la gran mayoría de los países de América Latina (Antequera y Obregón, 2002). El Quindío no es ajeno a esta situación, pues tiende a ser similar en las emisoras de la región.

La radio no comercial en el Departamento del Quindío se ha visto en la necesidad de asumir, crear y resignificar nuevos formatos de creación radial, fortaleciendo los productos alternativos, la reflexión en sus contenidos producidos, para relacionarse de diferentes maneras con su entorno social. La radio ayuda a desarrollar una labor comunitaria que permite apaciguar algunas necesidades de los diversos públicos auditores (Antequera y Obregón, 2002).

El estudio hace un acercamiento al contenido de las diversas emisoras desarrollando un análisis de tipo cuantitativo-cualitativo, tanto de su

producción como de las parrillas de programación en diversas emisoras Comunitarias y de Interés Público del departamento del Quindío, en la que en sus hallazgos se encaminan a:

- Identificar y clasificar los espacios o franjas radiales dentro de la parrilla de programación en temáticas sociales, educativos y culturales.
- Determinar los temas en la producción radiofónica en contenidos sociales, educativos y culturales.
- Comparar los contenidos de las Emisoras Comunitarias con las Emisoras de Interés Público.

El estudio determina algunos interrogantes que nos lleva a conocer el desarrollo de la producción de tipo social, educativo y cultural. Arrojando diversas temáticas para estos tipos de radio. Un análisis de sus parrillas de programación escritas y programas en audio producidos por las emisoras, descubre estructuras y temas en los que convergen algunos de sus contenidos y audiencias; además, ayudan a la participación de la comunidad local.

Se reflexiona entonces ¿para qué y para quiénes se piensa la programación?, ¿qué contenidos se ofrece al oyente?, ¿qué géneros y formatos son producidos?, ¿quiénes son sus realizadores?, entre otros interrogantes, pues desde la programación se desarrolla para la radio un perfil específico con identidad y personalidad. Igualmente, la programación se convierte en un espacio social, educativo y cultural de encuentro con la audiencia.

Al conocer las estructuras de programación, la utilización del lenguaje radial y la construcción de espacios con contenidos diversos para nuestras audiencias, se reafirma que la radio resulta ser un compañero importante en la vida cotidiana de una población y que casi nunca falta en sus casas un aparato receptor. Desde aquí se hace importante tener en cuenta qué es lo que transmiten nuestras emisoras y sobre todo a quiénes van dirigidos los mensajes desde la programación de las emisoras, y la responsabilidad de su planificación. Muñoz y Gil consideran que: “la programación radiofónica es la previsión de programas que van a ser emitidos durante un tiempo determinado a través de una emisora de radio” (1994. p, 66)

De otra parte, Mariano Cebrián recoge todos los elementos de los que se compone la programación radiofónica:

... se concibe la programación radiofónica como la planificación de una relación comunicativa entre una empresa de radio y una audiencia mediante unos contenidos sistematizados y organizados en un conjunto armónico según unos criterios de selección, dosificación y ordenación, elaborados según una duración y unos horarios, condicionados por los recursos técnicos, humanos y económicos de producción y previstos para ser emitidos durante un tiempo (Cebrián, 1994. p, 419).

Es así que el análisis de las parrillas de programación se convierte en un proceso de encuentros y enlaces de contenidos donde se comparten similitudes en la producción, y también se marcan diferencias desde la producción y la realización.

Emisoras comunitarias

Las radios comunitarias, al igual que los medios masivos de comunicación, están llamadas a constituirse en espacios para el fomento de prácticas democráticas, no solo partiendo de la producción y emisión de mensajes sino también porque se constituyen en aglutinantes de los diversos intereses sociales, políticos y culturales que caracterizan un territorio (Rey, 1998).

En los contextos municipales, las radios se insertan en las cotidianidades y las sensibilidades de sus habitantes. Los demás medios de comunicación son escenarios de representación y expresión de lo social (Rey, 1998) al igual que conllevan una incidencia política en una comunidad, y como lo manifiesta Martín Barbero, “El medio no se limita a transmitir o traducir las representaciones existentes, ni puede tampoco sustituirlas, sino que ha entrado a constituir una escena fundamental de la vida pública” (Barbero, 1999. p, 50).

Las emisoras comunitarias surgen en un contexto histórico marcado por la ampliación de los referentes del ejercicio ciudadano y de la democracia, sumada a la necesidad de participación por parte de diversas comunidades y grupos sociales en el país, de acceder al escenario de lo público del cual hacen parte de manera significativa los medios de comunicación, y de esta manera, visibilizar sus problemáticas, identidades e intereses. Así lo manifestaron algunos de sus representantes en el 2002:

Los medios de comunicación ciudadana y comunitaria declaramos que a través de nuestra programación y contenidos, propiciamos espacios de participación y de concertación de los diferentes sectores de la sociedad, que abordan la convivencia y el hacer político, y nos permiten construir proyectos comunicativos a través de los cuales se aporta a la construcción de ciudadanía, (Mín Cultura-Dirección de Comunicaciones, 2001. p, 40)

Pero además de la participación también hay procesos de reconocimiento de las identidades de las audiencias y la expresión de sus sensibilidades y narrativas. Por eso, una investigadora en medios y ciudadanía como Rosalía Winocur anota: “...de ahí que no sólo sea importante conquistar espacios en los medios (visibilidad) sino poder asegurar que la palabra no sea tergiversada, sacada de contexto o usada para unos fines que no son los del grupo o movimiento” (Winocur, 2002. p, 102)

Los procesos de participación requieren condiciones propiciatorias y la ciudadanía tiene aún retos por alcanzar. Así lo expresa Winocur:

“El desafío para los ciudadanos, las organizaciones civiles y los movimientos sociales no es cómo aparecer en los medios, tampoco cómo apropiarse de ellos, suena tan utópico como hacer de cuenta que no existen, el verdadero reto es aprender a servirse de ellos” (Winocur, 2002. p, 45)

Hoy las Radios Comunitarias y de Interés Público y sus audiencias en el país cuentan con políticas públicas propias y un marco normativo que las regula en aras de satisfacer los intereses colectivos locales. Desde la Constitución Política de Colombia se reconoce el derecho de toda persona a participar de procesos de comunicación e información y se actualiza la de 1886 en lo referente al derecho a fundar medios de comunicación.

La radiodifusión sonora es un servicio público de telecomunicaciones, a cargo y bajo la titularidad del Estado, orientado a satisfacer necesidades de telecomunicaciones de los habitantes del territorio nacional y cuyas emisiones se destinan a ser recibidas por el público en general (MINTIC, Artículo 3 Resolución 415 de 2010)

Dentro del universo de los medios masivos de comunicación radiofónicos están las Emisoras de Interés Público. Estas emisoras son responsabilidad de entidades públicas estatales de distinto orden. Los parámetros que deben guiar su funcionamiento van a depender tanto de sus responsabilidades generales, derivadas del hecho de hacer presencia como parte del Estado en ese espacio público, así como de las características específicas de las entidades estatales a las cuales pertenecen. Entre las diversas entidades concesionarias del servicio, Radio Televisión Nacional de Colombia (RTVC) es la única entidad que tiene como objetivo institucional la gestión de medios de comunicación (la radio y televisión públicas nacionales), las otras entidades integran en su quehacer la radio como uno de los medios para desarrollar sus fines institucionales.

Si se concibe la comunicación como parte de la dinámica de construcción cultural contemporánea, las Emisoras de Interés Público como representantes del Estado tienen la responsabilidad de contribuir al enriquecimiento y ampliación de dicha cultura, pero más concreta y específicamente a fortalecer la cultura política democrática que refuerce el respeto por lo público y los derechos ciudadanos. Esta responsabilidad se debe expresar en el aporte de su quehacer cotidiano a la construcción de una ciudadanía participativa y democrática.

Como representantes de diferentes entidades del Estado, estas emisoras deben ayudar a cumplir aquellas tareas derivadas de la misión de las entidades concesionarias, para beneficio de la ciudadanía en general y de los sectores específicos beneficiarios de estas instituciones.

Estos medios deben aportar a la creación de una agenda pública que maneje con profundidad los temas de interés colectivo, explorando cada vez más aquellos que van adquiriendo pertinencia para la convivencia, la defensa de derechos humanos, generales y particulares, orientados por principios de justicia y equidad. De esta forma deben contribuir a la formación de los ciudadanos como actores políticos informados, que enriquezcan los debates públicos con su participación.

La radio ha acompañado desde sus inicios, en la primera mitad del siglo pasado, los sucesos políticos e históricos del país. Además, ha contribuido de manera significativa a moldear los referentes culturales, los imaginarios y las representaciones sociales de la vida colectiva reciente. La radio comercial, la pública y más recientemente la comunitaria, han relatado e interpretado para el país noticias, reportajes, opiniones y entrevistas, que visibilizan unos ejes temáticos y excluyen otros de la agenda pública nacional. Por otra parte, radionovelas -nacionales y extranjeras - de otras épocas, géneros musicales ampliamente difundidos, radio revistas con notas de farándula, han reforzado muchas veces valores y normas hegemónicas; en otras, han introducido en el escenario público mediático nuevas perspectivas y valores, nuevas sensibilidades sociales y culturales que reflejan las experiencias de algunos sectores, haciéndolos visibles y mostrando cambios y tendencias sociales que hay que reconocer y enfrentar.

La memoria sonora colombiana corre el riesgo de perderse, por lo que el país está en mora de preservar y aprovechar su complejo y diverso patrimonio sonoro. Esas memorias deben preservarse para el futuro, los relatos de ayer escucharse de nuevo, aunándolos a nuevas interpretaciones y formatos para las audiencias de hoy, promoviendo el conocimiento de procesos sociales, cambios e identidades. El Estado tiene la obligación de impulsar, de forma conjunta entre los sectores de comunicación y cultura, los proyectos conducentes a la preservación del patrimonio sonoro. Este proceso de preservación de patrimonio debe acompañarse con el impulso a investigaciones que aporten conocimientos, no solo para la lectura mediática de los procesos sociales, políticos o económicos, sino para apreciar los cambios profundos sociales y culturales que han moldeado la vida cotidiana de generaciones pasadas y presentes (MINTIC, 2008).

Metodología

Este estudio está orientado, en una primera fase cualitativa, a partir de la ubicación crítica del análisis de contenido en el marco de las tradiciones de investigación.

Los aspectos más comunes y diferenciales de la programación radiofónica y en la manera de programar los contenidos, se hacen desde diferentes perspectivas haciendo un paralelo comparativo de la producción en el que muestran convergencias en las parrillas de programación.

Los procedimientos de análisis del material no textual no difieren de las técnicas de trabajo usadas con los documentos escritos, es decir, se trata de establecer los datos adecuados para formular la relación con su contexto, dividiéndolos o clasificándolos en unidades, para luego generalizar con base en el análisis de los resultados (Aigner, 2009).

En el diseño metodológico se convocaron diferentes técnicas de recolección de la información. Esta metodología fue orientada en 4 momentos: el primero consistió en el acercamiento a través de la recolección de información general por emisora, sus características, aspectos generales y técnicos. Esta información fue proporcionada por el director de cada una de las emisoras objeto de estudio, la persona más idónea para dar esta información. Para esta etapa se visitaron los 12 municipios del Departamento del Quindío.

En el segundo momento se entra a analizar las parrillas de programación relacionadas con los nombres de los programas, contenidos de las franjas de programación, tipo de emisión, público objetivo. La facilitación de estas parrillas fue dada por los mismos directores de las emisoras y a su vez estas fueron corroboradas con las parrillas que están visibles en sus *sitios web*.

La tercera tiene que ver con los productos radiofónicos, sus contenidos auditivos de tipo social, cultural y educativo, teniendo en cuenta la identificación de cada programa, estética de la producción, plano general del programa, aspectos del mensaje o comunicación, análisis e interpretación del tema, vehículo del mensaje, y los elementos que intervienen en la creación de estilo de cualquier continuidad narrativa (géneros y formatos) (Moreno, 2005).

Un cuarto momento hace referencia al paralelo de las temáticas de las emisoras en contenidos sociales, educativos y culturales, la cual nos lleva a las conclusiones generales, pues recopila información relevante de cada emisora.

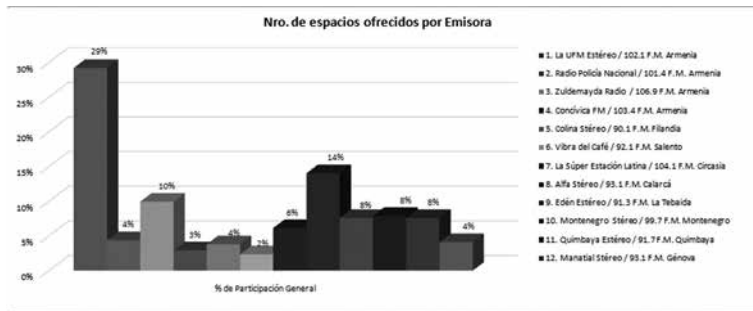
Muestra

MUNICIPIO	EMISORAS COMUNITARIAS	EMISORAS DE INTERÉS PÚBLICO
Armenia	Zuldemayda Radio Concívica F.M.	La UFM Estéreo Radio Policía Nacional
Filandia	Colina Estéreo	
Salento	Vibra del Café	
Circasia	La Súper Estación Latina	
Calarcá	Alfa Estéreo	
La Tebaida	Edén Estéreo	
Montenegro	Montenegro Estéreo	
Quimbaya	Quimbaya Estéreo	
Génova	Manantial estéreo	

Se analizaron 12 emisoras, de las cuales 2 de ellas son de interés público y 10 emisoras comunitarias. De entrada vemos el gran auge de emisoras que tiene nuestro departamento, teniendo en cuenta que solo hay una por municipio y con cobertura limitada, mientras que las de interés público abarcan todo el departamento y más allá.

Resultados y discusión

Espacios ofrecidos por emisora



Son 342 espacios radiofónicos que transmiten las emisoras comunitarias y de interés público cada semana, distribuidas de acuerdo con su contenido. De esos 342 espacios el 29% corresponde a la emisión de la UFM Estéreo de la Universidad del Quindío. Es ella quien lleva la batuta en la producción y transmisión de diversidad, con 100 espacios que ofrecen semanalmente al público, pues las condiciones económicas y el apoyo de su concesión de dicha emisora no se puede comparar con las demás. Sin embargo, Radio Policía Nacional, que tiene características similares al ser de

Interés Público y concesionada a la Policía Nacional, solo alcanza una producción del 4%.

En relación con las emisoras comunitarias, Alfa Stéreo tiene una participación del 14% de la producción con 48 espacios que ofrece a la comunidad semanalmente. Su contenido es orientado hacia los valores, seguida de Zuldemayda radio, que pese a que es una emisora relativamente nueva ha venido posesionando su producción y ha logrado tener el 10% de su emisión semanal al aire, con relación a Concívica FM, que apareció al mismo tiempo de Zuldemayda Radio solo logra un 3% de la producción total semanal emitida al aire.

Montenegro Stéreo, Quimbaya Estéreo y Edén Estéreo, cada una de ellas con un 8% de la producción total de los espacios ofrecidos a la comunidad. En estas 3 emisoras se puede decir que la programación en cuanto a contenido y temáticas, son similares. La Súper Estación Latina, con un 6% de producción al aire cuenta con 21 espacios semanales.

Con un 4% están las emisoras Radio Policía Nacional, Colina Stéreo y Manantial Stéreo, seguida con un 3% y un 2% Concívica FM, y Vibra del Café respectivamente, que pese a que llevan ya varios años al aire, tienen muy poca representatividad de la producción, y que emisoras como Zuldemayda Radio ya superó con 34 espacios semanales.

Tipo

Hay una caracterización como tipo de variable y es la que está relacionada con el contenido en los temas Sociales Educativos y Culturales de las producciones de cada una de las emisoras.

La emisora que más producción desarrolla con un contenido social es la Alfa Stéreo, con un 30%, seguida de la UFM con el 13% y Zuldemayda Radio con un 11%, donde se manifiesta el interés por la producción de este tipo de contenido.

Ya en el contenido educativo, quien lleva la delantera es la emisora UFM Estéreo, con el 41%, seguida de Zuldemayda Radio con un 13% y con un 9% La Súper Estación Latina, Alfa Stéreo y Quimbaya Estéreo.

El contenido educativo es inherente a la producción de la UFM, por ser una emisora universitaria y apoyada constantemente por las diversas facultades y programas educativos.

En el contenido cultural se destaca igualmente la UFM Estéreo, con un 32% de la producción total. Esta es una producción de tipo cultural, que marca las emisoras universitarias, seguida de Montenegro Stéreo y Quimbaya Estéreo, con un 9% cada una, mostrando un buen porcentaje de participación en general.

Tipo de emisión

En cuanto a la emisión, La UFM Estéreo llega con un 58% en pregrabados seguido del 22% de Alfa Stéreo, 10% Montenegro Stéreo y un 8% Zuldemayda Radio. Esto en cuanto a Producción Pregrabada.

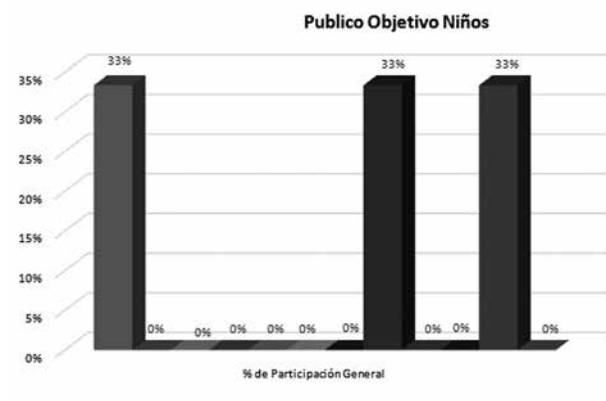
En cuanto a la producción programada, La UFM, con un 20%; seguida de Alfa Stéreo con un 13%; un 9% Quimbaya Estéreo; Montenegro Stéreo, Colina Stéreo y Edén Stéreo, con un 8%. Y con un 7%, Zuldemayda Radio y La Súper Estación Latina.

En el tema de la emisión en directo La UFM Stéreo con el 28% de la producción es emitida en directo, seguida de Zuldemayda radio, con un 14%, y 12% de Alfa Stéreo.

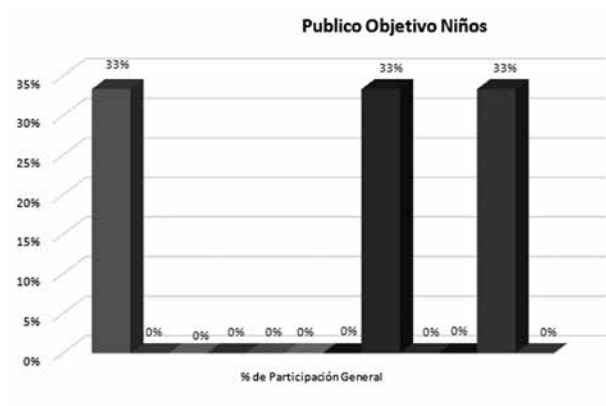
En menores porcentajes está Edén Estéreo, con un 9%, seguido de Quimbaya Estéreo con un 8% y un 6% de Montenegro Stéreo y Colina Stéreo.

El público es una de las variables más importantes en las Parrillas de Programación, pues el público es la razón de existir de las emisoras.

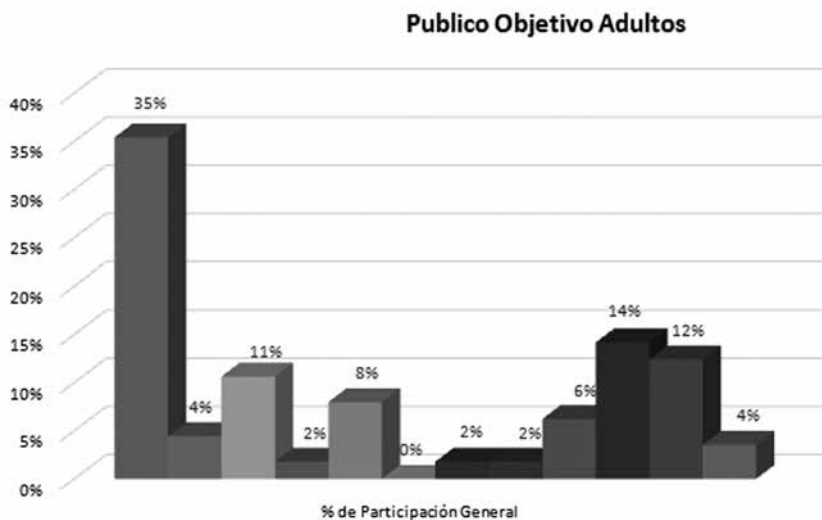
Público objetivo



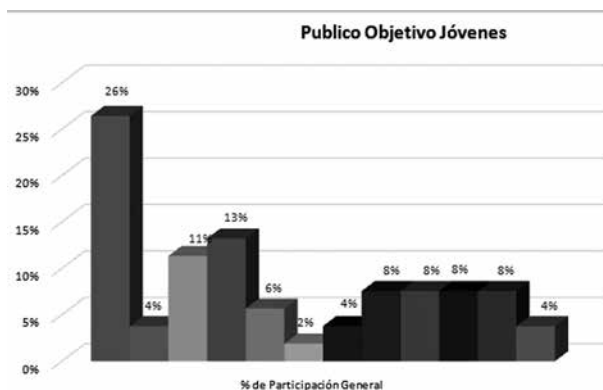
Uno de los públicos menos tenidos en cuenta es la población infantil, que no sobrepasa un programa en las emisoras tales como La UFM Estéreo, Alfa Stéreo y Quimbaya Estéreo, cada emisora con un solo programa dirigido a los más pequeños, con un 33% cada una.



Los programas dirigidos solo a las mujeres, o programas de género, son casi inexistentes, aunque se tiene en cuenta a la mujer en varias producciones, no hay espacios dedicados solo a ella. Alfa Stéreo es la única emisora que cuenta con un programa dirigido a las mujeres.

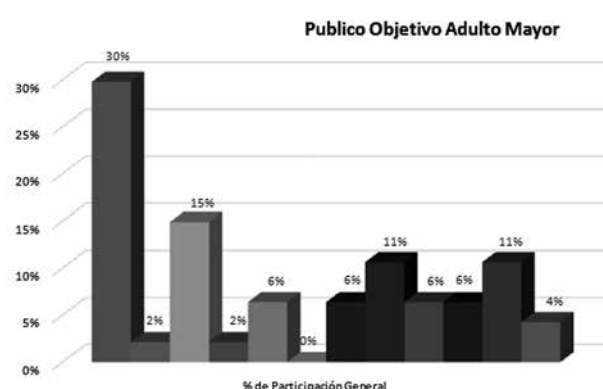


Para el público adulto, todas las emisoras tienen programación especial que va desde los musicales hasta programas con contenidos generales. La UFM Stéreo, con el 35% de la producción, es dirigida a este público. Montenegro, Quimbaya Estéreo con el 14 %, seguido de Zuldemayda Radio, con el 11%.



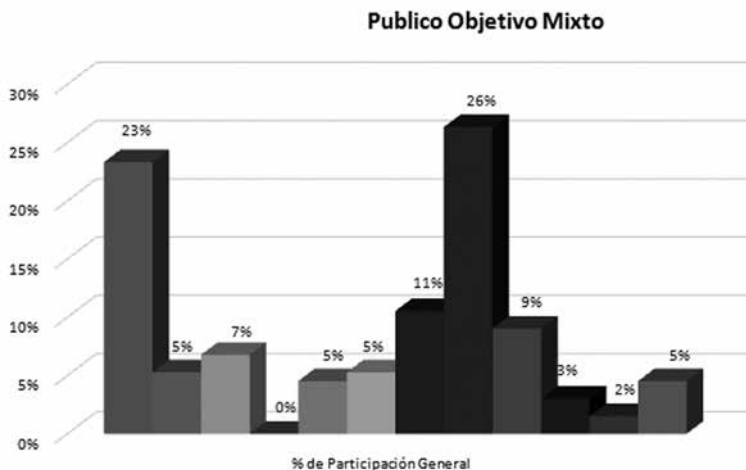
Para los jóvenes hay una buena representatividad de productos, sobre todo en los musicales; el 26% la UFM, seguido de Concívica y Zuldemayda Radio, con el 13% y 11%.

Hay una producción muy pareja (8%) que transmite contenidos para los jóvenes: Alfa Stéreo, Edén Estéreo, Montenegro Stéreo y Quimbaya Estéreo.



Para el adulto mayor se producen contenidos en el tema musical y del recuerdo, además de contenidos en salud y de interés general. El 30% de la producción de la UFM está dirigido a este público, seguido de Zuldemayda Radio con un 15% y 11% Alfa Stéreo y Quimbaya Stéreo.

Un porcentaje muy parejo del 6% lo presentan las emisoras Colina Stéreo, Edén Estéreo y Montenegro Stéreo.



El público mixto es uno de los que tiene mayor porcentaje en algunas emisoras, pues ello demuestra la focalización de públicos objetivo, a la hora de pensar la producción o la programación.

Con un 23% La UFM, seguido de Alfa Stéreo con el 26%, un 11% la súper Estación Latina, y Edén Stéreo con el 9%

Conclusiones

Las emisoras objeto de estudio de esta investigación tienen tendencias y características similares en la producción; por consiguiente se llega a las siguientes conclusiones:

Se trata de emisoras que evidencian en sus contenidos el objeto social de la mismas y el compromiso con la comunidad al estar apoyadas por toda una producción enriquecida desde diferentes perspectivas: en el caso de La UFM, se refleja todo un bagaje académico que le facilita, desde las diferentes facultades y dependencias de la universidad, desarrollar programas con diversos contenidos.

En el caso de Zuldemayda Radio y a pesar de que es una emisora reciente, el nivel de producción ha cumplido las expectativas de los realizadores en general; tal vez porque hace parte de una organización como Zuldemayda Comunicaciones, que presta diversos servicios comunicacionales y que tratan de integrar los contenidos a los diferentes medios.

Las emisoras urgen de un personal calificado en el área de comunicaciones, y fortalecer diversos procesos, como cubrimientos desde la parte periodística, pues el personal actual en algunas emisoras no cumple estas funciones o no es suficiente porque trabajan desde sus horarios y responsabilidades puntuales propuestas por cada organización.

Es importante que las emisoras tengan claridad en cuanto al uso y la implementación de un manual de estilo, para qué es y cómo se utiliza, y que todos los realizadores puedan aportarles a los contenidos y al manual de estilo como tal.

Por su gran cobertura, La UFM Estéreo y Radio Policía Nacional están llamadas a ser las emisoras que lideran en cuanto a variedad de contenidos y programación donde la audiencia se vea reflejada, pues tienen cómo hacerlo, convirtiéndose en emisoras generadoras de impacto en nuestro departamento, asimismo están también llamadas a apoyar los procesos de las radios comunitarias en relación con los contenidos sociales, educativos y culturales.

En el tema de los pregrabados, es usual que en muchas emisoras no sea el mayor fuerte, pero es importante desarrollar un porcentaje representativo para este tipo de producción, además de que es un producto de mucha más elaboración e investigación.

La falta de estudio para la producción y equipos no se debe mirar como una falencia fuerte o un obstáculo, pues en este sentido con los avances tecnológicos y el *software* libre se pueden desarrollar contenidos a bajo costo y con buena calidad en la producción.

Es necesario que cada emisora tenga claro qué es el *software* libre que hay en el mercado y no confundirlo con ofertas de *software* licenciado cuando se ofrecen portables o periodos de prueba del mismo de manera gratuita, en este sentido no está claro para algunas emisoras el uso del *software* libre.

Las emisoras, en general, van en un proceso de crecimiento y apropiación de herramientas tecnológicas que fortalecen los diversos procesos sociales para el abordaje desde otra perspectiva de problemáticas que aquejan a la comunidad en general.

La emisión en directo es la que predomina en las emisoras; en la producción pregrabada es más escasa, pues en algunas emisoras no se genera el hábito de grabarse y esta fue una de las falencias en la consecución de los audios para el análisis, porque argumentaron que ellos no grababan nada.

Cabe destacar que la emisora UFM es la única que graba toda la producción de contenido temático cuando sale al aire como parte de su archivo sonoro y memoria audiográfica.

El contenido de los programas no musicales en general tiene una estrecha relación con su objeto social y van dirigidos al logro de su misión y su visión. Asimismo, hay una muy buena clasificación de los bloques musicales por temáticas, mostrando una manera organizada de su emisión y en donde se evidencia que se tiene encuesta a varios sectores sociales.

En el tema de la utilización adecuada del lenguaje radiofónico, existen programas que no lo utilizan en su totalidad, pues dejan a un lado los recursos como efectos sonoros, la utilización de la música que esté relacionada con el tema de la emisión, además de la utilización de los diversos formatos como crónica, reportajes, documental, que pueden ser desarrollados sin dificultad por varios realizadores.

Es cierto que para la implementación de un programa pregrabado, se debe contar con diversos aditivos sonoros que lo enriquezcan como tal, pese a esto mucha producción solamente se limita a lo hablado y a las entrevistas dejando a un lado la utilización de los géneros y formatos.

En cuanto al contenido desarrollado e incluido en sus parrillas de programación, se observa una gran variedad de temas sociales, culturales y educativos. Puede que estas al inicio de su producción no hayan sido clasificadas como tal, pues hay programas que hoy pueden contener temáticas de tipo educativo y mañana o la próxima emisión semanal, ese contenido puede tener un corte cultural.

La propuesta de la producción se ve reflejada en las parrillas de la programación, pero no cumple con programación dirigida a sectores específicos de la sociedad como es el caso de la producción para la población infantil. Tampoco existen programas donde su contenido semanal sea dirigido exclusivamente para el sector indígena o problemáticas particulares como los que afrontan las mujeres; puede que en los diversos programas en alguna emisión hayan tocado problemáticas donde los involucren, pero lo ideal es que sea consecuente y con emisión semanal.

Los nombres de cada programa analizado reflejan el contenido que se trata en la producción. Todos los programas analizados cuentan con una designación horaria y día especial de transmisión; esto demuestra la organización como tal de la programación y de la designación temática del contenido desde la implementación del título.

Los hechos que se presentan dentro de los programas estudiados tienen en cuenta todos los factores a los que se ven enfrentadas las personas que tocan estas temáticas, además de enriquecer con experiencias propias lo que están tratando, familiarizando así a los oyentes con lo que se está expresando.

La música es manejada como acompañamiento en los programas analizados y las cortinas musicales en las emisiones; que regularmente esto lo hace el máster.

Las palabras que se usan constantemente en cada programa oscilan entre 8 a 15 veces, en las cuales los productores y realizadores incurren al momento de hacer la producción de sus programas. Esto es repetitivo en casi todos los programas analizados.

Los programas, en general, tienen dentro de su contenido una temática clara, la cual se va desglosando con el manejo que se le da al tema; así, se muestra una cosmovisión de forma concisa. Los diferentes factores que se tienen en cuenta para la formación de procesos educativos, sociales y

culturales muestran diversas situaciones que tienen que ver con la vida diaria de los oyentes y las personas que están directamente beneficiadas. Se tienen claras las causas y los efectos que estos aspectos tienen para la realización de programas con un impacto en la sociedad.

La música aparece en los programas de contenido como acompañamiento en cortinillas; hay poca utilización de los elementos del lenguaje radiofónico para complementar la emisión.

El formato radial más utilizado en las emisoras es el de la entrevista, además de las charlas expositivas.

En los programas analizados, estos formatos enriquecen con un uso frecuente de diferentes herramientas del lenguaje radiofónico útil para romper monotonías.

Los mensajes de la comunicación, en cuanto a lo que dicen y lo que se escucha, cumplen con temas de interés social y comunitario que ayuda a fortalecer los vínculos de la audiencia con la emisora.

Las causas por las que se determinan los distintos contenidos tratados yacen de la necesidad de tratar un tema en específico, el cual obedece a una problemática o situación presentada que aqueja a la sociedad en general. A su vez, sirve como informativo para todas las personas que hacen parte del desarrollo diario de la vida.

Muchos de los contenidos dejan un mensaje claro de reflexión en el cual se van tratando los distintos temas contemplados en el desarrollo de los temas sociales educativos y culturales. Con ello se cumplen con los objetivos de las emisoras en los que la comunidad es la principal razón de ser.

En el cumplimiento con el servicio de radiodifusión en Colombia se puede decir que las emisoras en general cumplen con los estándares mínimos de una producción para la emisora comunitaria y de interés públicos, exigido por la ley:

- Las emisoras requieren un personal profesional que se dedique al cubrimiento noticioso y periodístico.
- Las emisoras necesitan a una persona encargada de la parte organizacional que construya junto con las directivas procesos

comunicacionales al interior de las mismas y propias de cada emisora.

- Es ideal el uso de otros formatos de tipo periodístico como las crónicas, reportajes, dramatizaciones cortas que se incluyan en la producción constantemente en la emisión para dar un ritmo diferente al mismo. Por ello es importante la capacitación en el conocimiento y el uso de dichos formatos.
- También se pueden desarrollar promocionales de las temáticas de los programas como tal para que se puedan emitir en el transcurso de la emisión, como también propuestas de agilizadores.
- Buscar alternativas para la producción pregrabada, pues es importante porque recoge la memoria de la comunidad, además de grabación periódica de los productos que se emiten.
- Evidenciar la participación del oyente con su propia voz cuando es por llamada directa y telefónica, además utilización constante de las redes sociales como mecanismo efectivo para la participación con la lectura de mensajes o información de la audiencia.
- Desarrollar de una manera constante espacios con contenidos que vayan dirigidos a las poblaciones más vulnerables, como es el caso de la niñez, la mujer y las minorías.

Bibliografía

Aignerren, M. (2009). *Análisis de Contenido*, una Introducción. Material docente compilado por el profesor M. Aignerren para el Área de Estrategias de Investigación Social. Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Sociología. Medellín – Colombia.

Antequera Ripoll, J. y Obregón, R. (2002) La Radio como dinamizadora de procesos Sociales y Culturales en Barranquilla. *Investigación y desarrollo*, 10 (2) 146-169.

Barbero, M. (1999). El miedo a los medios, Política, comunicación y nuevos modos de representación. *Revista Nueva Sociedad*. 161. Disponible en: http://www.nuso.org/upload/articulos/2765_1.pdf

- Brecht, B. (1927-/932). *Radiotheorie* Edición en alemán de la Suhrkamp Verlag. «Radio-eine vorsintflutliche Erfindung?/Vorschläge für den Intendanten des Rundfunks/ Über Verwertungen/ Erläuterungen zum «Ozeanflug/ Der Rundfunk als Kommunikationsapparat».
- Cebrián Herreros, M. (1994). *Información Radiofónica. Mediación, tratamiento y programación*. Síntesis, Madrid: Síntesis.
- Ministerio de Cultura. (2001). *Plan Nacional de Cultura*. Disponible en: <http://odai.org/wp-content/uploads/2013/06/enlace530.pdf>
- MINTIC (Ministerio de Tecnologías de la Información y comunicaciones) (2004, Septiembre). Políticas para la Radiodifusión en Colombia. *Cuaderno de política* 3. Disponible en: <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/documents/portal/documents/root/correcciones%20mintic/DocPoliticaSectRadiodifusionSon.pdf>
- MINTIC (Ministerio de Nuevas Tecnologías y Comunicaciones) (2007) *Resolución 415 de 2010*. Bogotá: Autor: MINTIC
- SAYCO (Sociedad de autores y compositores de Colombia) *Sitio web*. Disponible en: <http://www.sayco.org>
- Moreno E. (2005). Las “Radios” y los Modelos de Programación radiofónica. *Revista Digital Communication and Society/ Comunicación y Sociedad*. XVIII (1) 61-111
- Muñoz, J. J. y Gil, C. (1994). *La radio. Teoría y Práctica*. (2ª) Madrid. Editorial: IORTV.
- Rey, G. (1998). *Escenografías para el diálogo*. Lima: CEAAL – ACS Calandria.
- Winocour, R. (2002). *Ciudadanos mediáticos, la construcción de lo público en la radio*. Barcelona: Gedisa.