

PRESENTACIÓN

En la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos del Ministerio de Cultura -DACMI reconocemos a las radios comunitarias como actores de creación cultural y dinamizadores de la construcción de ciudadanía y paz en los territorios; por esa razón, a través del proyecto Narrativas Sonoras, venimos implementado distintas estrategias para su fortalecimiento, enfocadas especialmente en la creación y producción de contenidos, la participación ciudadana y la gestión del conocimiento.

En sus más de 25 años de existencia, las emisoras comunitarias han trazado rutas para brindar información local, relatar la cultura de sus regiones, convocar a organizaciones sociales, asociaciones campesinas, grupos de mujeres, colectivos juveniles, agrupaciones artísticas y a distintas comunidades, y tejer procesos de participación y diálogo cultural en los municipios y territorios de todo el país.

En esa medida, la DACMI orienta la implementación de agendas que coadyuven a fortalecer políticas públicas para el sector sonoro, conforme al mandato constitucional que plantea la pluralidad de voces, el reconocimiento de la diversidad y la multiculturalidad como pilares de la ciudanía cultural. Así surgió la estrategia "Trayectorias: experiencias, caminos y aprendizajes trazados por la radio comunitaria" que, en su primera fase del año 2020, se propuso reconocer los saberes acumulados por las emisoras comunitarias, a través de un ejercicio de investigación descriptiva que arrojó como resultado la realización de cuarenta fichas descriptivas por igual número de emisoras comunitarias.

Este documento representa una de esas cuarenta fichas descriptivas de la radio comunitaria que, en conjunto, dan una mirada de país sobre las formas particulares de hacer radio comunitaria, ya que a través de estas fichas se evidenciarán esos aprendizajes, prácticas, experiencias que en general exponen diversas formas de narrar y de articular la producción sonora con

los procesos de locales de comunicación y cultura. Cada ficha es el resultado de la aplicación de un instrumento tipo cuestionario, que recolectó datos sobre cuatros escenarios claves en las dinámicas de las emisoras: a) Organización concesionaria (tipo organización, representación en espacios alternos de la emisora, gestión documental, formación y recursos web, entre otros), b) Tendencias en la programación, c) Personas y colectividades participantes y d) Redes o plataformas de acción de las emisoras.

Este proceso marcó la ruta para continuar desarrollando desde la DACMI una segunda fase de la estrategia, esta vez denominada Trayectorias: saberes de la radio comunitarias, en los años 2021 y 2022, que exaltan el saber hacer de las emisoras en la creación de narrativas diversas, las gestión del patrimonio y las franjas infantiles y juveniles. Estos saberes y prácticas se recogen a través de 25 relatos convergentes, los cuales se convierten en insumos pedagógicos, de memoria y como experiencia y rutas para replicar, todos disponibles en la web https://trayectoriasradio.wixsite.com/trayectorias y en www.conectacultura.co

En prospectiva, este trabajo servirá para la consolidación de políticas culturales para el sector sonora de Colombia, donde es clave la articulación de diferentes frentes, por ello, queremos agradecer a las emisoras comunitarias que participaron en este ejercicio, al equipo de investigación que diseñó y lideró esta estrategia, y al equipo de diseño de la InHouse Gráfica del Programa de Tecnología de Comunicación Gráfica de la Universidad Minuto de Dios; gracias por apoyar esta iniciativa que nos permite sumar caminos en la construcción colaborativa de la gestión pública de conocimiento en torno a las radios comunitarias de nuestro país.

María Fernanda Céspedes Ruiz

Directora de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos Ministerio de Cultura

FICHAS DESCRIPTIVAS EMISORAS COMUNITARIAS DE COLOMBIA

Estrategia Trayectorias: experiencias, caminos y aprendizajes trazados por la radio comunitaria

PATRICIA ELIA ARIZA FLÓREZ

Ministra de Cultura

FERNANDO AUGUSTO MEDINA
Secretario General

CATALINA CEBALLOS
Viceministra (e) de Creatividad y la Economía Naranja

ADRIANA MOLANO ARENAS
Viceministra (e) de Fomento Regional y patrimonio

MARÍA FERNANDA CÉSPEDES RUIZ Directora Dirección Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos

ANDREIZA CAROLINA ANAYA ESPINOZA

Coordinadora Grupo Comunicación y Medios Interactivos

MELBA PATRICIA QUIJANO TRIANA
Asesora Narrativas Sonoras

CAMILO ANDRÉS ACOSTA HERMOSA ÓSCAR JAVIER BERMÚDEZ BOLÍVAR MOISÉS ALFONSO CARRILLO GARCÍA IVONNE JANETH PICO FLÓREZ SANDRA LORENA ROJAS VILLAMUEZ

Equipo de investigación









INHOUSE GRÁFICA UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS.

JULIA ISABEL VILLEGAS MARTINEZ Dirección

LEIDY STEFANNIA TORRES CAMACHO

JOHAN CAMILO AGUILERA FORERO

DANIELA ALEJANDRA CARO PÉREZ

SERGIO LEONARDO ACUÑA RODRIGUEZ

LUNA DANIELA CHAPARRO PINEDA

JUAN ESTEBAN SANCHEZ GOMEZ Diseño y diagramación

Noviembre 2022











Emisora: Uno A Estéreo

Municipio: San Agustin

Departamento: Huila

Datos y redes de contacto:

https://www.unoasanagustin.com/

f) https://es-la.facebook.com/unoasanagustin/

© Celular 312-505-0522

Saber a destacar: https://view.genial.ly/611eb25bc192a-

70da086f2b4

Ficha realizada por: Camilo Andrés Acosta Hermosa.

ORGANIZACIÓN • CONCESIONARIA

1.1 Vigencia y tipo de razón social

En octubre 25 del año 1995 se constituye la Fundación Comunitaria Macizo Colombiano Uno A Estéreo, siendo su principal ejercicio social el de prestar el servicio de comunicación sonora para el municipio de San Agustín en el departamento del Huila, a fin de que las organizaciones puedan proyectar el sueño de comunicar el casco urbano con las veredas y de esta manera, adquieren diferentes formas de relacionarse a lo largo de las distintas etapas de su historia.

En tal sentido, desde la posibilidad de apropiar a la emisora como el canal de comunicación que aporta al desarrollo del municipio, especialmente para la población veredal y como articulador de las diferentes iniciativas sociales, la junta de programación se inicia articulando al comercio, a los artesanos, a los profesionales del sector, a las juntas de acción comunal y a las diferentes organizaciones campesinas legalmente constituidas. Cabe destacar que las dinámicas sociales y comunitarias particulares del municipio de San Agustín, fueron claves para la creación de un grupo articulador que permitió la construcción de objetivos comunes y acuerdos mínimos desde una emisora incluyente representada por todos sus habitantes.



1.2 Tipología de socios

La junta de programación de la radio comunitaria nace en la relación con organizaciones e instituciones que creían en la asociatividad, por ello, quienes participaron de dicho proceso se hicieron un imaginario de la radio como el ejercicio que iba a solucionar todos los problemas del municipio, incluso, llegaron a pensar como accionistas, determinando unas características económicas muy cercanas a lo que podía ser en ese momento un medio masivo de comunicación.

Lo anterior significa que fue el primer salto organizativo hacia la posibilidad de ser los socios de una emisora que sería una fuente de empleo más en el municipio. Al iniciar la emisora, todos empezaron a rifar gallinas, atados de plátanos y hasta 'petacos' de cerveza con el propósito de recolectar los recursos económicos para los equipos técnicos, por lo cual todos los socios se dieron cuenta de la riqueza organizativa que permite el medio de comunicación comunitario.

Dicha iniciativa permitió visibilizar la capacidad movilizadora de los campesinos en Colombia, especialmente los de la región del Macizo Colombiano, donde, en cada momento que se acercaban más a la meta económica también significaba alcanzar el espacio soñado donde todos podían participar y, a su vez, crear una emisora que les abrió el camino para reconocer las formas de organización que les permitiría ser auxiliadores de una identidad campesina con todos los conocidos del pueblo, en tal sentido, el sábado 27 de Diciembre de 2003, se reunieron en las instalaciones de la Emisora Comunitaria UNO A ESTÉREO, los representantes de los diferentes estamentos sociales e instituciones del municipio de San Agustín, para conformar la JUNTA DE PROGRAMACION ahora todos iban a participar como socios.

CÉSAR JAVIER BERMÚDEZ - Secretaría de Desarrollo Comunitario de la Administración Municipal de San Agustín. DAGOBERTO BRAVO MUÑOZ- Docente del Colegio Laureano Gómez, en representación del Magisterio de San Agustín. BAUDELINO MUÑOZ BRAVO-Representante del sector comercial. LUIS SEGUNDO RODRÍGUEZ ORTEGA- Grupo de Laicos de San Agustín. BERNARDO URBANO BOLAÑOS- Presidente de la Asociación de Invidentes ADINSA, representante sector de personas con habilidades diferentes. MARINO SALAMANCA MARTINEZ- Director Emisora ONDA LATINA, representante medios de comunicación. ABELARDO GIRONZA QUINAYAS- Secretario Juzgado Primero. GABRIEL TORRES NARANJO-Grupo Ecológico Yumacizo, HERMILDA CÓRDOBA MEDINA- Auxiliar de Enfermería, Funcionaria Empresa ASMET SALUD y LUIS ALFREDO CEBALLOS- Socio Corporación Cultural KAFKA y CORMILENIO.

Al entenderse como representante de Uno A Estéreo, implica saber que, quien es integrante de la emisora también ama y quiere el municipio de San Agustín, son campesinos orgullosos de lo que se dice en los micrófonos, que todos ayudaron en su puesta al aire en el Macizo Colombiano, desde la emisora que les habla conociéndolos y siendo cercanos.

1.3 Representación y configuración de la estructura organizativa de la emisora

Hay algunas características en ciertas organizaciones de la región que generaron al interior de la radio dificultades para construir un organigrama, pero al desarrollar un trabajo comprometido, se pudo centrar los objetivos y hacer de la radio comunitaria un espacio cercano y participativo, el medio amigo, allegado a la comunidad y muchas veces, a la altura de quien lo necesita.

Lo comunitario permitió que un grupo amplio de jóvenes de la época, allegados a la cultura, al trabajo social, con un discurso en defensa del medio ambiente y de la apropiación por el municipio como territorio sagrado, los llevó a hacer de la emisora un centro cultural. En ese sentido, se definió una asamblea general con tres socios característicos, todos amantes del campo y que aprendieron a 'tratar a la gente como gente' y a abrir la puerta para ayudar a la comunidad; una junta directiva que apunta al desarrollo del personal de la emisora y que se siente orgullosa de los triunfos de las personas del campo.

Directamente, en la emisora se encuentra un equipo de cinco personas, teniendo en cuenta el organigrama general de la emisora: Álvaro Díaz, director general; Alex Hernández, encargado de contenidos; Jhon Milton Martínez y Omar Ramiro Bravo, locutores y periodistas; Gloria Bolaños, secretaria; y Diela Viñas, encargada de servicios generales. Todos en la emisora saben y gozan de vivir en la tierra que hoy es patrimonio nacional, lo cual conlleva a que la radio comunitaria sea reconocida como el lugar donde todos están invitados(as), en la cual se encuentran cinco ciudadanos que le dieron un carácter participativo a los gustos regionales y brinda la posibilidad de hablar con los habitantes del municipio como si fuera una conversación de esquina, una charla en el billar o simplemente, el diálogo de la mesa después de comer en familia.

1.4 Representación y configuración organismos alternos de la emisora

La emisora Uno A Estéreo permite acceder a los servicios radiofónicos sin dinero, a manera de trueque, el pago termina siendo un gajo de plátanos, una gallina o simplemente un atado de cilantro cimarrón. Lo anterior, se ha configurado muchas veces por el vínculo que se crea con el 'Club de Oyentes', órgano que permite a los usuarios de la emisora,



inscribirse y participar de beneficios especiales. Es importante resaltar que quien está en la emisora, entiende la importancia de los oyentes, pero más aún, la relevancia de un oyente del club porque de esta manera se sabe que esa persona participa apoyando a la emisora y en qué momento la sintoniza. También quienes coordinan los colectivos de programación y no tienen vínculo administrativo con la emisora, saben y reconocen que un integrante del club de oyentes tiene beneficios especiales como las complacencias y descuentos en los eventos de la emisora.

Por otro lado, los colectivos se aproximan a diversas maneras de participar con su público. Pablo Bravo Garcés, quien está en los programas de entretenimiento, entiende que una botella de leche compartida por un campesino, es igual de importante que vender una pauta ya que esto refleja la interacción de conocer a su comunidad. Por su parte, Jesús Hernán, quien representa al colectivo de la organización Paocos, comprende que los niños y niñas tienen mucho que decir y sus programas son igual de importantes a los producidos por los adultos.

Teniendo en cuenta lo anterior, estas formas de organización alrededor de la emisora, dinamizan procesos de diálogo directos son sus oyentes en encuentros de información ambiental, asimismo, realizan talleres de observación de aves para sensibilizar a los jóvenes sobre cuidado y no, para tenerlas debajo de la 'puntería de sus caucheras'. Cabe resaltar que los jóvenes han sido ganadores de varios premios por la realización de sus programas ambientales con niños y niñas del municipio.

La Junta de programación es una organización de apoyo y está conformada por 12 personas que se reúnen dos veces en el año. La primera reunión está orientada a hacer un análisis de cómo funciona la programación y lo más importante, cómo se ven y se sienten reflejados como gremios; y la segunda reunión, busca desarrollar los planes y estrategias especiales para sus dos principales eventos: el cumpleaños de la emisora todos los 25 de octubre y el Festival de Música Popular y Campesina de San Agustín, el cual se realiza cada último sábado de fin de año para compartir y gozar de la cultura popular a través de la música que les gusta en la región, y donde los más beneficiados son los participantes del club de oyentes porque tienen un sistema de puntos para recibir descuentos y premios especiales.

De hablar de un organismo alterno no solo se cuenta con colectivos que están en contacto con la junta directiva y hacen parte de la construcción de la parrilla de programación, también al estar representados como grupos, ayudan a pensar cómo van a desarrollar el Festival de Música Campesina, donde en el transcurso del año las personas que pautan y hacen uso de las complacencias pagas, terminan siendo beneficiadas por un sistema de puntos que maneja la emisora en relación a quienes participan de sus eventos. Cabe indicar que el comerciante que tenga

puntos durante el año, tiene un descuento en el valor de las pautas que se realicen en el marco del Festival, lo cual incentiva a la comunidad a pautar durante el año y recibir estos estímulos en el momento de mayor movimiento comercial.

El Festival es una estrategia que permite pautar en tarima de manera abierta, es decir, en la plaza pública; grabar en vivo a los artistas de la región que sonarán en la franja del recuerdo, y confrontar a los artistas locales con los de municipios cercanos. El Festival hace que el turismo llegue al municipio, es el evento organizado por la emisora comunitaria y es el eje central para que se mejoré las ventas de los restaurantes, comerciantes de artesanías y el turismo en general. Por tal razón, la movilidad de la pauta se eleva y juega un papel fundamental para emitirla por la emisora.

Actualmente, desde la junta de programación de la emisora también se promueve que en el Festival estén representados los grupos ambientales, las asociaciones de mujeres, las organizaciones con personas en condición de discapacidad, el hospital, los gremios docentes, artesanos, comerciantes y el sector cultural, en tanto se necesita crear relaciones estratégicas de apoyo en lo logístico del evento y en la disposición de servicio que todos entiende como tradición cultural.

1.5 Frecuencia de uso y divulgación de documentos

El Manual de Estilo y Código de Ética son documentos donde se interpretaron los miedos y los goces ciudadanos que fueron redactados por la junta directiva y terminaron desarrollando un proceso que abre la puerta a que la gente quiera llegar a la emisora. Son documentos incluyentes que buscan la participación continua de la comunidad, entendiendo al oyente como un participante activo a través de su club de oyentes.

Estos documentos responden a la solicitud que hace el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - MINTIC, pero la comunidad busca expresar el sentir campesino, teniendo una emisora colectiva que entienda que debe salir del estudio y siempre estar dispuesta a ayudar, esto quiere decir que el Manual de Estilo es un documento que adapta las costumbres campesinas de San Agustín al quehacer de la radio.

"A lo mejor se nos hizo tarde" dice alguien en una reunión y se refieren al proceso de inclusión social en la radio, lo que responde a que el grupo de personas que hicieron parte de la creación de los documentos rectores de la emisora, conocen y viven por las calles las dificultades de los otros, hay que ser personas sensibles y muy críticos para desarrollar el gusto de una radio comunitaria. Muy probablemente no basta con tener buenos programas en la radio, si se

tienen claros los principios que proyectan la parte periodística con una responsabilidad social, habrá cabida a la credibilidad; si se fomentan valores pensando en el otro, habrá una construcción conjunta, y si se hace publicidad debe tener un discurso de respeto y no un ejercicio de vender por vender.

El club de oyentes es una herramienta de participación del público de la emisora que también se encuentra regulado en el Manual de Estilo, en el cual no se pueden abrir nuevos integrantes sin la aprobación de la junta de programación. Por ello la emisora tiene siete cuadernos cuadriculados escritos a mano donde están registrados 5.000 personas quienes hacen parte de la emisora comunitaria, a cambio cada uno lleva un carnet -hecho en cartulina blanca- escrito a máquina de escribir donde dice 'Usted es un orgulloso oyente y que el carnet es exclusivo para los eventos que adelanta emisora'. Cuando se abre el club de oyentes y se piensa como el grupo que tendrá prioridad en los eventos sociales y participativos que realice la emisora, estos documentos son importantes porque crean una relación continua con el público.

Cada persona que está en uno de los cuadernos del club de oyentes tiene el derecho a recibir tres saludos en la programación del día, la tarde y la noche, donde con nombre completo se saluda y se le agradece su participación en el club. Esta estrategia es funcional para la emisora porque les permite saber cuántas personas están siendo activas de los servicios que se disponen para el club de oyentes, los 365 días del año hay saludos a los integrantes del club, en tal sentido un día se pueden saludar a seis o siete personas y en otras ocasiones puede llegar entre 20 y 25 saludos lo que permite demostrar el compromiso que tienen con la comunidad.

1.6 Gestión del conocimiento emisora

La producción de radio local ha posibilitado otorgar espacios para que diferentes voces hablen respecto a determinados temas y expresen sus puntos de vista de manera abierta y teniendo en cuenta la diversidad de opiniones, no obstante, el Manual de Estilo permite definir las formas como se debe producir y cómo se debe participar de los procesos de la emisora.

Por lo anterior, esta radio crea su club de oyentes que es un gran colectivo que permite registrar la fecha de cumpleaños y confrontarlo con un código que va desde el uno hasta el 5.000 (que es el igual de oyentes que participan del club). Este documento permite hacer procesos de venta de publicidad.

Este documento permite que la palabra 'complacencia' cobre nuevamente relevancia y los oyentes pueden exigir con su carnet la posibilidad de ser felicitado tres veces en el día de su santo, pero quien no está en el club tiene un valor económico más alto, no obstante, la emisora lo tiene todo debidamente sistematizado para quienes no hacen parte del club en el momento y son clientes recurrentes, puedan motivarse para ser miembros. Saber quiénes son los cumpleañeros desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre le permite a la emisora felicitarlos por igual como el ejercicio de mantener relación directa con sus oyentes y estrategia para construir relaciones basadas en la confianza. Cabe destacar que este ejercicio de saludar a los socios en cada día del año durante la programación de la emisora, es el argumento por el cual no han abierto más cupos a nuevos socios del club de oyentes desde hace tres años.

1.7 Formación del equipo de la emisora y hacia la comunidad

Los procesos y dificultades que se desarrollaron en medio de la construcción de la emisora quedaron grabados en el corazón de la comunidad, un resumen del proyecto que terminó reconociendo varios equipos que pasaron por la producción radial, sus roles y los conflictos que se dieron por la diferencia en la participación, pero siempre abiertos a aprender y enseñar desde el ensayo y el error.

Cuando llegó la emisora comunitaria a San Agustín - Huila, vivían allí una gran cantidad de profesionales quienes llegaron por el interés que producía la zona arqueológica, en tal sentido, se dio un proceso donde el conocimiento se compartía y se creaban espacios de educación que eran funcionales para todos, en tal sentido, se crearon colectivos entorno al medio ambiente y otros alrededor de la cultura, en los cuales la comunidad participaba para aprender de un tema específico y la radio fue la excusa para divulgar el conocimiento técnico de lo que enseñaba el profesional que lo orientaba.

Desarrollar reuniones constantes con la gente a la que le gusta la radio, permitió capacitar a la comunidad en temáticas generales, especialmente con un enfoque del cuidado del medio ambiente desde la radio, posibilitando que muchas personas se acercaran a la emisora para brindar sus conocimientos de manera abierta y desinteresada, personas que llegaron a hacer franjas con niños y niñas del municipio y que fueron reconocidas con un premio nacional de Radios Ciudadanas liderado por el Ministerio de Cultura. Con más gente del municipio participando de la radio y colectivos de diferentes temas compartiendo su conocimiento, permitió que los beneficiados fueran los habitantes de las veredas quienes siempre esperaban escuchar la programación que se hacía en el casco urbano.

1.8 Recursos web emisora/organización concesionaria

Actualmente, la emisora cuenta con redes sociales que no tienen una periodicidad en sus publicaciones, por ejemplo, su fan page de Facebook,

el cual se encuentra en https://es-la.facebook.com/unoasanagustin/ tiene poca información propia porque lo que hace es replicar la información que otros publican en el municipio/región, y por lo tanto, evidencia la ausencia de una intención comunicativa que promueva mayor cercanía con su público desde dicho medio digital. En cuanto a la página web que se encuentra en https://www.unoasanagustin.com/ es poca la información que se presenta de la emisora.

2. TENDENCIAS EN PROGRAMACIÓN

2.1 Tipos de producción radiofónica

En San Agustín hay una franja de música del recuerdo, que le da inicio a la mañana pensada en la población campesina, iniciando muy temprano a las 4:30 a.m. y terminando a las 10:00 p.m., con una programación musical que responde a las tradiciones y gustos del municipio.

Muchas veces las canciones que suena en la emisora son de artistas locales y muchos de ellos han grabado dentro de los estudios de Uno A Estéreo, dado que, la comunidad disfruta de los programas que tienen preparados para los habitantes del pueblo en general con la música de la región, en tal sentido, en medio de la música comercial que llega a la emisora se mezcla la producción local.

La parrilla de programación está pensada con programas de entretenimiento, informativos, musicales, contenidos específicos como el de medio ambiente, y las franjas musicales pensadas en música campesina popular, siendo esta la marca social para acompañar las labores del campo.

Decir que actualmente la programación está planteada para el desarrollo de la cultura popular, es entender la importancia de los programas realizados en la emisora reconociendo el territorio, sus habitantes y sus artistas. Este proceso se piensa en el diario vivir de la gente trabajadora de las veredas que aran la tierra y las del casco urbano que hacen labores en el comercio y aún utilizan 'la radio para su compañía y acompañan a la radio' porque se trata de un ejercicio de ida y vuelta.

2.2 Exploración de temáticas por temas culturales

Cuando hablamos de la cultura, la exploración nos permite entender lo popular como una cultura viva en la radio con artistas locales. En la emisora Uno A Estéreo, se acuña la frase "Se viene el pueblo" para anunciar que sonará una canción de un artista local o regional que grabó su canción en medio del Festival de Música Popular y

Campesina de San Agustín o que se disfrutará de la magia de los discos antiguos que la comunidad donó a la emisora y juegan un papel fundamental para emitir las canciones que no suenan en todas las emisoras de la región.

En los primeros años de funcionamiento de la emisora, la misma gente donaba los discos y de igual manera, programaban las canciones con sus gustos y remembranzas. Luego se desarrollaron varias grabaciones de los primeros festivales y se intercalaban las canciones de los discos antiguos con las grabaciones porque en la memoria de los oyentes está reavivar la historia y emociones de las personas alrededor de las canciones y del Festival.

Se entiende esta franja musical como una fonoteca de construcción colectiva que la gente regaló disco a disco y grabaron festival a festival, los oyentes sólo con solicitar una canción sienten que la emisora los escucha y los entiende, lo cual deja en claro que la franja musical del recuerdo construye y define públicos, incluso, nombrar la canción y ubicar geográficamente a la persona que siente un vínculo estrecho con esa tonada.

Actualmente, se conoce como franja musical ese espacio que es un listado de canciones programadas para que roten desde un computador, sin embargo la franja musical del recuerdo en la emisora Uno A Estéreo es la compañía de una persona que sabe y comenta el por qué es importante esa canción y para quién es importante la letra. El programador sigue invitando a proyectar la música desde la nostalgia que da una buena tonada como un ejercicio cultural que enriquece a los habitantes del municipio a disfrutar de su cultura popular a través de esta interacción mediada por la música. Esta franja del recuerdo se mantiene viva porque no solo se queda en poner música, sino en la capacidad de proyectar el Festival de Música Popular y Campesina en el recuerdo de las canciones de antaño y sus grabaciones.

2.3 Exploración de temáticas por temas alternos

En la búsqueda de la apropiación del territorio y la cultura, en el año 2013 surge el colectivo de comunicación "Chimimanta" como respuesta a la necesidad de crear contenidos radiales que permitieran la mirada y la participación de la comunidad del municipio de San Agustín en la emisora comunitaria Uno A Estéreo. En el año 2017, con el apoyo de la fundación Ipaku, el Ministerio de Cultura y la emisora comunitaria Uno A Estéreo, dicho colectivo apoya la realización de tres programas radiales de 15 minutos que narran la memoria del conflicto en San Agustín y cuatro franjas con una serie de 12 programas de 8 minutos donde se realizó la creación colectiva de memoria y reconciliación sobre los diversos conflictos en el territorio, sus afectaciones y el papel de las comunidades en la promoción y reconstrucción del tejido social, con difusión en la emisora comunitaria y la plataforma web

Libro de San Agustín.

El colectivo Chimimanta coordinó la creación de una franja radial con la participación de jóvenes líderes comunitarios en la producción de tres programas donde se presentó la historia del poblamiento del valle de San Agustín, su patrimonio arqueológico y las distintas miradas que hoy en día lo habitan. Para el año 2016, en la búsqueda de fortalecer el quehacer del colectivo, hace una serie de exploraciones alrededor de la defensa del territorio pasando por espacios comunitarios como algunas escuelas rurales, el resguardo Yanacona y con líderes sociales y ambientales, en aras de generar contenidos en defensa del agua y del río Magdalena. Estos productos se divulgaron en reuniones focales con la comunidad, redes sociales y por supuesto, en la emisora comunitaria Uno A Estéreo.

El formato de Radios Ciudadanas responde a un modelo sistemático y pensado en términos prácticos, lo cual le permitió a la emisora el logro más notorio que tiene Uno A Estéreo al ver sus transformaciones en la manera de producir radio, lo que hizo que Chimimanta ganará un premio por la forma como se participa haciendo programas de medio ambiente con los niños y las niñas del municipio, quienes hoy ya son los jóvenes que piensan y actúan como unos verdaderos cuidadores de los entornos naturales de la región del Macizo colombiano.

Por otra parte, la franja principal informativa de las mañanas en la emisora es El Gallo, donde se desarrollan programas de 15 minutos en un formato que aprendieron de Radios Ciudadanas y lo terminaron aplicando -de manera exitosa- en el resto de franjas. Actualmente, las secciones con mayor recordación en el público son "Los 12 del repizo" de la Institución Educativa Carlos Ramón Repizo Cabrera y "Apostémosle a la soberanía y a la vida", programa de buenas prácticas agrícolas que enseña a desarrollar el campo sin uso de químicos

Cabe señalar que cada sección no supera los 12 minutos de producción y está orientada desde una perspectiva comunitaria, a fin de seguir apuntando a desarrollar contenidos precisos para su público, como producto de los aprendizajes generados con Radios Ciudadanas.

La emisora tiene dos festividades importantes en el año, la primera, todos los 25 de octubre, fecha en que se celebra el cumpleaños de la emisora y su logística se realiza con los colectivos de la emisora porque es un evento de alcance municipal; y la segunda, es el Festival de Música Popular Campesina, el cual se realiza el último sábado de cada año y por ser un evento de alcance regional, los colectivos y organizaciones del pueblo participan activamente. Cabe resaltar que éste último evento permite que la emisora se posicione ante el público y a su vez, el municipio se visibilice como un sitio turístico decembrino y mueva la economía de todos los sectores.

Además, los equipos de producción y todos los colectivos que apoyan

a la emisora Uno A Estéreo se han conformado en un solo grupo para fortalecer el equipo logístico del Festival, donde todos los artistas del municipio preparan sus mejores galas para presentarse junto a los artistas que vienen de los municipios de la región. Para asumir los retos propuestos y alcanzar las metas organizativas, el grupo de la emisora se reúne con los comerciantes locales para definir los apoyos económicos y pautas; realizan dos mesas de trabajo con la comunidad del casco urbano y rural para hacer la agenda cultural alterna en la que ellos pueden participar; y a su vez, establece un acuerdo con la Alcaldía Municipal para definir los permisos requeridos. Este es un ejercicio en el que todos los habitantes de San Agustín pueden desarrollar actividades en el marco del Festival.

PERSONAS Y COLECTIVOS PARTICIPANTES

3.1 Información complementaria colectivos o productores independientes

Entender al Club de Oyentes como un colectivo de participación es entenderlo como un espacio de deliberación, de análisis, de reflexión y de participación; donde sus actividades con la comunidad son acciones que les permiten pensar varias acciones colectivas donde todo el municipio participe. Las reuniones más representativas de este colectivo son los encuentros de planeación para las festividades del cumpleaños de la emisora y el festival de música popular estructuran la inscripción de artistas, la utilización de los espacios del municipio y el recurso humano que se necesita para apoyar las diferentes actividades.

En cuanto a los colectivos, deben posibilitar la construcción de ciudadanía con sus oyentes y no catalogar a la emisora como únicamente un medio de entretenimiento. Se recomienda que los programas sean planteados como espacios de la opinión pública, donde, se conciba el trabajo en red para que la comunicación de contenidos veredales y municipales, faciliten la información, participación y el análisis sobre temas específicos, y dado el principio de credibilidad de la emisora, no se permiten comentarios que no correspondan a la realidad.

Cabe resaltar que la emisora en el periodo de elecciones apoya y se vincula con la red de medios digitales del Huila, quienes hacen cobertura especial de la mayoría de los municipios del departamento, este proceso les permite estar informando a la comunidad de los escrutinios del municipio, con la información de la Registraduría de manera ágil, concreta y verificable. Entender un municipio de 34.120 habitantes según el DANE en el 2005 y que puedan escuchar el mismo

día los resultados de los candidatos a la alcaldía, al Concejo y a todos los cargos de elección popular es comprender que la emisora se apoya de procesos técnicos, tecnológicos y humanos que fortalecen la democracia en el país.

3.2 Colectividades comunitarias vinculadas a la parrilla de programación

El desarrollo de la ciudadanía en San Agustín se basa en la premisa de 'cómo puedes vivir con lo que tienes y no cómo tener para que puedas vivir', en tal sentido el tener una emisora comunitaria está ligado a un ámbito cultural, a un compartir social y la posibilidad de ser un proceso íntegro que le dé sentido comunicativo al municipio.

Por ello, la producción de programas contempla el entretenimiento, el desarrollo del campo en la construcción social y la divulgación comercial porque son procesos que hacen parte del día a día de la radio, lo cual conlleva a que los locutores de las emisoras comerciales de la región quieran trabajar en la emisora comunitaria de San Agustín. Así lo reconoce Diego Garzón, un joven que dejó su cargo de locutor en Tropicana (emisora comercial de Pitalito) para "ascender en la radio entrando a esta emisora", por lo cual enfatiza que los la radio tienen sus diferencias marcadas y llegar a un lugar donde la relación con la comunidad y los colectivos es más cercana y por ende, se debe 'cambiar el chip' para trabajar de la mano con quienes hacen vivir la radio.

Los colectivos son hijos, hermanos y socios de la emisora, por lo tanto, el equipo de producción que colabora en la elaboración de los programas respetan y admiran a su comunidad. Es claro que los colectivos tienen valores de emisión pero que no es el mismo costo fijado para las personas que no hacen parte de ellos, este valor simbólico es para los ejercicios de funcionamiento básico y no para la sostenibilidad de la emisora. En tal sentido, pertenecer a un colectivo no quiere decir que la producción sea gratis, lo que comparten claramente es que participas activamente para ayudar a mantener la emisora en muy buen estado técnico y discursivo. Los programas más activos y participativos son los ecológicos y los de participación social, quienes muchas veces sus pagos siguen partiendo de rifas y apoyos en especie y colaboraciones concertadas.

Los colectivos tienen todo el apoyo de la emisora para su participación en los proyectos del Ministerio de Cultura, del Instituto Colombiano de Antropología e Historia ICANH entre otros, son gestores de iniciativas y/o acompañantes de estrategias que llegan de las entidades nacionales para apoyar a los reporteros rurales y a la comunidad veredal. Por consiguiente, la emisora es un equipo de equipos en la que todos participan como familia radial desde una perspectiva comunicativa integradora.

REDES O PLATAFORMAS DE ACCIÓN DE LAS EMISORAS

4.1 Tipo vinculaciones alternas de la emisora/ organización concesionaria.

El trabajo asociativo alrededor de la cultura, la movilización en torno a los festivales que desarrollan y el trabajo en redes sociales para encontrarse cara a cara con sus comunidades en las veredas, les permite hacer parte de los estamentos de participación del municipio como gestores culturales y sociales que colaboran con la proyección de un San Agustín mucho mejor día a día, y por tal razón, la emisora no está alejada de los ejercicios de deliberación municipal porque el alcalde, los concejales y todos los equipos que hacen parte de la administración están vinculados a la proyección social y cultural del municipio. Las buenas relaciones que tiene la emisora con todos los estamentos municipales, también les ha permitido ser parte de los equipos de atención de emergencias y el de salud a su hogar, trabajo en red que se hace participando de la mesa y acompañando los procesos.

De igual manera, participan en las redes de Asomeco (Red de Emisoras del departamento de Huila), Tipac, Fedemedios y Aler (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica), en las cuales son dignatarios y están pendientes de cómo pueden colaborarse mutuamente, a fin de desarrollar contenidos radiales en espacios donde no tenemos material sonoro.

4.2 Rol/acciones que desarrolla la emisora en estas vinculaciones

El equipo de la emisora ha participado de varias capacitaciones que hacen llegar por parte de la FLIP y de ASPEU, asimismo, han participado en la junta directiva de ASOMECO como Vicepresidente y ahora, en el cargo de Vocal.

Actualmente, la emisora tiene su representación ante las redes y colectividades de periodistas, en las cuales participan de las capacitaciones para comprender el oficio del periodismo y la posibilidad de crear procesos comunicativos comunitarios más incluyentes y oportunos que permitan seguir cualificando al equipo de trabajo.



Esta ficha hace parte del conjunto de 40 Fichas Descriptivas creadas en el 2020 y publicadas en el 2022, las cuales suman una mirada de país, entre los diversos saberes, experticias y demás conocimientos que tiene la radio comunitaria en su trayectoria de más de 25 años de existencia. 21 departamentos, 40 municipios, 40 formas de hacer, pensar y crear la radio comunitaria en la pluralidad que nos convoca como país multicultural y diverso.







